

Bárbara Avrella

**O RADIOJORNALISMO LOCAL EM PEQUENAS EMISSORAS:  
UM ESTUDO DAS RÁDIOS LUZ E ALEGRIA AM E SEBERI  
AM**

Dissertação submetida ao Programa de  
Pós-Graduação em Jornalismo da  
Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Mestre em Jornalismo.

Orientador: Profa. Dra. Valci Regina  
Mousquer Zuculoto

Florianópolis  
2014

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Avrella, Bárbara

O radiojornalismo local em pequenas emissoras : Um  
estudo das rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM / Bárbara  
Avrella ; orientadora, Valci Regina Mousquer Zuculoto ;  
coorientador, Eduardo Barreto Vianna Meditsch. -  
Florianópolis, SC, 2014.  
306 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa  
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-  
Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. radiojornalismo local. 3. produção  
radiojornalística. 4. programação radiojornalística. 5. redes  
radiofônicas e internet. I. Zuculoto, Valci Regina  
Mousquer. II. Meditsch, Eduardo Barreto Vianna. III.  
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-  
Graduação em Jornalismo. IV. Título.

Bárbara Avrella

**O RADIOJORNALISMO LOCAL EM PEQUENAS  
EMISSORAS: UM ESTUDO DAS RÁDIOS LUZ E ALEGRIA  
AM E SEBERI AM**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de Mestre e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 11 de julho de 2014

---

Prof. Dr. Francisco Karam

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Eduardo Barreto Vianna Meditsch

Coorientador

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Cárlica Emerim Jacinto Pereira

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

---

Prof. Dr. Francisco Jose Castilhos Karam

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Vera Lucia Spacil Raddatz

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul

(Unijuí)



## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, por me darem a oportunidade de estudar e compreenderem a importância disso para a minha vida.

Agradeço também à Capes e ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC, por viabilizarem esta pesquisa.

À minha orientadora, Valci Zuculoto, pelo auxílio em todos os momentos da pesquisa, especialmente nas horas de desespero. Pelas intermináveis correções, conselhos e o incentivo constante. Pelo estímulo em participar de eventos na área e incitar a pesquisa. Por abrir mão, em muitos momentos, do descanso para me “acudir”.

Ao coorientador, Eduardo Meditsch, pelas sugestões de livros e ensinamentos valiosos durante todo o mestrado.

Aos colegas de mestrado, pelas risadas, partilha de ideias e os encontros no CSC, Berinjela.

À Tássia, pelas incansáveis correções e leituras. Pela paciência em ouvir todas as minhas reclamações e inquietações. Pelos momentos de descontração, principalmente na parceira nos jogos de canastra on-line.

Às amigas Bárbara, Bruna, Dani, Marcela e Mari, pela amizade incondicional mesmo a quilômetros de distância.

Às meninas que morei durante essa jornada, que puderam conhecer um pouco mais do jornalismo e me aguentaram nos dias de mau humor.

À Glória, secretária do curso, sempre atenta, dedicada e disposta a ouvir e solucionar nossos problemas.

Aos professores Francisco Karam, Cárilda Emerim e Vera Raddatz, por dispensarem um tempo para participar da minha banca.

Aos diretores das rádios Luz e Alegria e Seberi, por terem permitido a realização da pesquisa nas emissoras. Agradeço também aos profissionais das duas rádios, por contribuírem para as entrevistas e a observação de campo.

À Debora Cristina Lopez e Marcelo Freire, que me iniciaram como pesquisadora.

Enfim, ao Tiago, pelo apoio, paciência, dedicação e por enfrentar a distância.

## RESUMO

O rádio é considerado um meio de veiculação de informação especialmente local, sobretudo, nas pequenas e médias emissoras. Isso por conta, basicamente, de algumas de suas características e potencialidades de atendimento às necessidades informativas da sua audiência – aquela situada na área onde a estação de rádio está instalada e de onde transmite -, como a prestação de serviços, a utilidade pública e a facilidade de produção local e regional. Entretanto, o cenário atual da comunicação nos remete à expansão do rádio global, com o desenvolvimento e fortalecimento das redes radiofônicas e o uso da internet como fonte de pauta e captação jornalística. Hoje, o local e global dividem espaço nas ondas do rádio, trazendo reflexos na produção e programação radiojornalística das pequenas emissoras, voltadas à cobertura de fatos de âmbito local e regional. Focado nesta questão, este estudo tem como objeto de pesquisa o radiojornalismo local em pequenas emissoras, com ênfase na análise da produção e programação radiojornalísticas de duas estações do noroeste do Rio Grande do Sul: Luz e Alegria AM, de Frederico Westphalen, e Seberi AM, de Seberi. Inicialmente, trazemos reflexões acerca da trajetória histórica do radiojornalismo, com o intuito de melhor compreendermos o desenvolvimento das práticas produtivas e suas consequências para a programação radiojornalística. Prosseguimos com uma discussão a respeito do radiojornalismo local na atualidade, evidenciando a internet e as redes radiofônicas como as principais fontes de captação de informações globalizadas. Como metodologia, utilizamos a abordagem do *newsmaking*, que foca na rotina produtiva do jornalismo. Para tanto, analisamos uma semana de produção e programação radiojornalísticas para cada emissora, entre novembro de 2013 e janeiro de 2014. Os resultados obtidos indicam que as emissoras têm a produção e programação voltadas para o âmbito local e regional, no entanto, com conteúdos originários de diversas fontes de captação.

**Palavras-chave:** radiojornalismo local; produção radiojornalística; programação radiojornalística; redes radiofônicas; internet.





## ABSTRACT

Radio is considered a media of broadcast, especially of local information, principally in the small and medium radios. By this account, basically, some of its features and capabilities of meeting the information needs of its audience - that located in the area where the radio station is installed and which transmits - such as the provision of services, the public utility and ease local and regional production. However, the current scenario of communication lead us to the expansion of global radio, with the development and strengthening of radio networks and the use of the internet as a source of journalistic guidelines and captation. Today, the local and global share space on the airwaves, bringing radiojournalism reflexes in the production and programming of small stations, aimed at the coverage of local events and regional levels. Focused on this issue, this paper has local radio journalism in small stations as object of research, with emphasis on the analysis of production and programming journalistic of two stations of northwestern Rio Grande do Sul: Luz e Alegria AM, of Frederico Westphalen, and Seberi AM, of Seberi. Initially, we bring reflections about historical trajectory of radio journalism, in order to better understand the development of productive practices and their consequences for programming journalistic. We continue with a discussion concerning the local radio journalism today, highlighting the internet and radio networks as the main sources of globalized information. The methodology used was newsmaking's approach, which focuses on the production routines of journalism. To this end, we analyze a week of production and programming journalistic for each station, between November 2013 and January 2014. Results indicate that broadcasters have the production and programming aimed at local and regional level, however, with content originating various sources of funding.

**Keywords:** local radiojournalism; radiojournalistic production; radiojournalistic programming; radio networks; internet.



## **LISTA DE FIGURAS**

<b>Figura 1</b> - Mapa de cobertura da Rede Gaúcha Sat.....	128
---	-----



## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Programação segunda a sexta-feira Luz e Alegria AM.....	162
<b>Tabela 2</b> - Programação de segunda a sexta-feira da Seberi AM.....	198



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>23</b>
<b>1. O RADIOJORNALISMO NO CONTEXTO DA HISTÓRIA RADIOFÔNICA</b>	<b>33</b>
1.1 A trajetória histórica do rádio	33
1.2 As transformações históricas das estações em amplitude modulada	57
1.3 A programação radiojornalística	64
<b>2. O RADIOJORNALISMO LOCAL NA ATUALIDADE</b>	<b>77</b>
2.1 A imprensa local e o jornalismo de proximidade	82
2.2 O rádio local	93
2.3 A apuração e captação jornalística na internet	101
2.4 As redes radiofônicas no Brasil	117
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>125</b>
3.1 Etapas da Pesquisa	129
3.2 Método e técnicas	133
3.3 A produção jornalística	135
<b>4. O RADIOJORNALISMO LOCAL NAS RÁDIOS LUZ E ALEGRIA AM E SEBERI AM</b>	<b>153</b>
<b>4.1 Rádio Luz e Alegria AM</b>	<b>153</b>
4.1.1 Os profissionais	156
4.1.2 O Departamento de Jornalismo	158
4.1.3 A rotina produtiva	159
4.1.4 A programação radiojornalística	161
4.1.5 Produção e programação radiojornalística local: análise da semana do dia 25 a 29 de novembro de 2013	168
4.1.5.1 <i>O global na esfera local</i>	186
4.1.5.2 <i>Da antena para o site</i>	190
<b>4.2 Rádio Sociedade Seberi AM</b>	<b>191</b>
4.2.1 Os profissionais	194
4.2.2 O Departamento de Jornalismo	195
4.2.3 A rotina produtiva	196
4.2.4 Programação radiojornalística	197
4.2.5 Produção e programação radiojornalística local: análise da semana do dia 6 a 10 de janeiro de 2014	202

4.2.5.1 <i>O global na esfera local</i>	217
4.2.5.2 <i>Da antena para o site</i>	220
<b>CONCLUSÃO</b>	<b>223</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>239</b>
<b>APÊNDICES</b>	<b>259</b>
Apêndice A – Entrevista I	259
Apêndice B – Entrevista II	262
Apêndice C – Entrevista III	269
Apêndice D – Entrevista IV	273
Apêndice E – Entrevista V	277
Apêndice F – Entrevista VI	280
Apêndice G – Entrevista VII	283
Apêndice H – Entrevista VIII	285
Apêndice I – Entrevista IX	287
Apêndice J – Entrevista X	291
<b>ANEXO</b>	<b>293</b>
Anexo 1 – Matéria reproduzida em diversos meios – “Intensificação da fiscalização na BR-386, no Rio Grande do Sul	293
Anexo 2 – Release Sicredi	295
Anexo 3 – Matéria sobre tratamento de água no interior do município	296
Anexo 4 – Matéria sobre temporal em Frederico Westphalen	297
Anexo 5 – Matéria “Vice-prefeita Maristela Fátima Zadinello comandará Cristal do Sul durante trinta dias”, disponível no site da emissora	299
Anexo 6 – Matéria “Candidatas à Corte da Expofred apresentam projeto social”.	300
Anexo 7 – Matéria divulgada no site do <i>Correio Povo</i> e no site da rádio	302
Anexo 8 – Emissora destaca ser integrante da Rede Gaúcha Sat	304
Anexo 9 – CD Áudios	305



## INTRODUÇÃO

O rádio tem seu desenvolvimento intrinsecamente ligado ao local, ao seu entorno sociocultural. Tudo que diz respeito à sua comunidade de origem é veiculado primeiramente por ele. Cecília Peruzzo (2005, p. 69) completa: “o rádio, por exemplo, é eminentemente local, embora possa percorrer também longas distâncias”. Isso se deve a algumas de suas características e/ou potencialidades como a prestação de serviços, a utilidade pública e a facilidade de produção local, pois é no município e na região onde está situada a sua principal e maior audiência.

A implantação e a potencialização das redes radiofônicas e a utilização da internet nas redações - eventos que ocorreram principalmente nos últimos vinte anos -, conduziram o rádio local a realizar modificações em sua produção e programação jornalísticas. As emissoras locais e regionais começaram a disponibilizar espaços maiores para conteúdos nacionais e globais, obtidos especialmente por meio da internet e da emissora cabeça de rede<sup>1</sup>.

Nesta fase contemporânea da comunicação, o local e o global dividem o mesmo espaço, disponibilizando tanto conteúdos que interfiram diretamente na comunidade em que as emissoras estão inseridas quanto informações de interesse universal. Focada neste novo panorama vivido pelo meio radiofônico, a nossa pesquisa busca contribuir com os estudos acerca do rádio contemporâneo, a partir de uma análise sobre o radiojornalismo local de pequenas emissoras, tendo

---

<sup>1</sup>De acordo com a Decisão Normativa nº 056, de 05 maio de 1995, considera-se emissora líder ou cabeça de rede: aquela responsável pela geração dos sinais de imagem e/ou som que serão retransmitidos pelas afiliadas ou participantes da rede.

como *corpus* as rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM, ambas da região noroeste do Rio Grande do Sul.

O rádio local é aquele que tem a sua programação e produção voltadas diretamente a uma comunidade ou região específica. O meio de comunicação local procura enaltecer os valores socioculturais, promover debates, trazer as reivindicações e os fatos que envolvem diretamente uma determinada população, concentrando sua produção em temáticas que englobam o bairro, a zona rural, o município ou região. O conceito que utilizamos para definição de rádio local é o elaborado por Zuculoto (2012). A autora enfatiza que uma emissora local é aquela que foca quase toda sua programação em informações da sua cidade e localidades próximas ou de seu estado e região. É o que ouvimos principalmente nas pequenas e médias emissoras que não integram redes ou que participam no máximo de redes regionais.

Com a implantação dos satélites, efetivada nos anos 1980, as chamadas redes radiofônicas ganharam impulso. Isto permitiu que algumas rádios alcançassem cada vez mais longas distâncias. Antes, isto só era possível através das ondas curtas.

Nos anos 1990, o surgimento da internet proporcionou a troca de dados e informações por meio de um conglomerado de redes interligadas mundialmente. Nos dias de hoje, o advento da internet tem potencializado a comunicação global, pois permite aos consumidores e produtores de notícias, entre outras possibilidades, a busca por informações de todo mundo em um só lugar – o ciberespaço.

Tais avanços têm impulsionado a expansão do rádio local, conforme destaca Cebrián Herreros (2007, p. 65, tradução nossa): “o rádio local explora os territórios locais e rompe as fronteiras para situar-

se em âmbitos mundiais. Junto à localização emerge a globalização. Com os satélites e a internet, o rádio segue a tendência geral da globalidade<sup>2</sup>”.

Na contemporaneidade, notícias de âmbito local estão lado a lado com aquelas de abrangência nacional e internacional, originando um novo fenômeno, a “*glocalização*”. Trivinho (2005, p. 64) explica que “o ‘glocal’ é neologismo resultante da hibridação cumulativa de dois termos, global e local”. Ou seja, o que acontece em âmbito mundial pode trazer consequências locais. A tecnologia é uma das principais responsáveis por romper a fronteira local, reduzindo as distâncias e aproximando mercados e culturas.

A partir do fortalecimento das redes radiofônicas, algumas rádios pequenas passam a integrar essas cadeias de emissoras, principalmente em busca de informações consideradas de qualidade e sem custos de produção. Assim, elas reproduzem o que é veiculado pela cabeça de rede, destinando uma parcela de tempo na sua programação para estes conteúdos.

Com a propagação da internet, os produtores de notícias passam a utilizá-la como ferramenta de apuração e captação de informações. A *web* tem disponibilizado uma infinidade de canais (e-mails, sites, redes sociais, blogs etc.) que permite o acesso a fatos de todo o mundo sem a necessidade do repórter estar no local do acontecimento. Desta forma, sites jornalísticos e agências de notícias disponíveis no ambiente on-line,

---

<sup>2</sup>Citação original: La radio profundiza en los territorios locales y rompe las fronteras para situarse en ámbitos mundiales. Junto a la localización emerge la globalización. Con los satélites y con Internet la radio se enmarca en la tendencia general a la globalidad.

por exemplo, tornaram-se meios de obtenção da informação indispensáveis para os profissionais do rádio.

As emissoras de abrangência nacional e internacional e os sites jornalísticos na internet são responsáveis pela produção e divulgação de notícias globais, ao passo que os acontecimentos que englobam uma comunidade específica fazem parte da mídia local e regional. Comassetto (2007, p. 66) ressalta:

O espaço local continua tendo sua importância; as questões e problemáticas aí geradas são relevantes para as comunidades e há um público ávido por conteúdos relacionados ao seu lugar de residência ou de trabalho. As temáticas de interesse localizado, por razões óbvias também, não são trabalhadas pela grande mídia, que se dirige ao público amplo. Compete, portanto, aos veículos locais darem conta delas.

É importante frisar que há também um revigoramento local. Algumas emissoras que lutam pela sobrevivência veem na produção específica para uma determinada localidade um novo caminho, como destaca Zuculoto (2012, p. 123): “a comunicação nacional é, agora, estratégia adotada e desenvolvida principalmente pela televisão, enquanto o rádio passa a falar mais para e sobre a comunidade onde está instalado”.

Uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert)<sup>3</sup> demonstra que as rádios pequenas são maioria no país. Segundo os indicativos, as estações de potência de 1 KW, por exemplo, representam mais de 50% do total de rádios AM, em populações com até 150 mil habitantes. O mesmo ocorre em emissoras FM: somando as comerciais e comunitárias, de potência

---

<sup>3</sup>Pesquisa realizada no ano de 2010.

menor ou igual a 10 KW, elas representam 96% do total de rádios. Estes resultados apontam, entre outros indicativos, que a comunicação local continua sendo vital para atender às necessidades de informação da sociedade em relação ao espaço onde vive e constrói sua realidade cotidiana. O público continua interessado nos problemas da vizinhança ou do bairro, no buraco da rua, na política e em todos os acontecimentos caracterizados como locais.

Neste tempo em que impera a comunicação global, o rádio local ganha ainda mais importância. Isto se confirma no que enfatiza Cebrián Herreros (2007, p. 65, tradução nossa): “frente à globalidade é preciso insistir no local, no desenvolvimento do entorno imediato, nas culturas do próximo que interessam a todos que vivem em uma determinada comunidade<sup>4</sup>”.

A partir desta perspectiva, este trabalho elege como objeto de pesquisa o radiojornalismo local de pequenas emissoras, voltando-se para o processo de produção jornalística das rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM diante do atual cenário do meio, em que as transmissões em rede e o uso da internet como ferramenta de captação são realidades cotidianas consolidadas.

As emissoras Luz e Alegria AM e Seberi AM estão instaladas nos municípios de Frederico Westphalen e Seberi, na região noroeste do Rio Grande do Sul, e além da captação e apuração de informações próprias, igualmente recorrem à internet e à integração a redes. Por isso, este estudo está focado nas redes compostas por rádios afiliadas, que são entendidas como as que retransmitem parte da programação produzida

---

<sup>4</sup>Citação original: Frente a la globalidad es preciso insistir en lo local, en el desarrollo del entorno inmediato, en las culturas de lo próximo que conciernen a todos cuantos viven en una comunidad determinada.

pela estação cabeça de rede, mas que não fazem parte da mesma empresa. Estas se diferem das emissoras associadas, que pertencem a uma mesma propriedade jurídica, transmitindo o mesmo conteúdo em tempo integral ou apenas em alguns horários.

Para fins de contextualização, é preciso trazer a diferença entre as redes específicas para transmissão simultânea ou veiculação daquelas chamadas redes de gestão e propriedade. As primeiras referem-se às redes formadas especificamente para alguma cobertura especial, ou então que geram determinados programas para diferentes emissoras, independente de serem afiliadas ou não. Já as de gestão e propriedade são aquelas que fazem parte do mesmo grupo, como a Rede Brasil Sul (RBS), que administra e controla rádios, televisões e jornais principalmente no Rio Grande do Sul e também em Santa Catarina.

No rádio, quando nos referimos à “cadeia radiofônica”, podemos diferenciá-la de duas maneiras: primeiramente, como a transmissão simultânea de uma programação em determinadas coberturas, programas especiais etc. Por exemplo, quando emissoras unem-se para a transmissão da Copa do Mundo de Futebol. Ou, então, a formação de uma determinada rede, como é o caso da Rede Gaúcha Sat, que gera sua programação para emissoras afiliadas em diversas localidades do país (AVRELLA, 2013).

O recorte aqui realizado direciona-se para o veículo radiofônico, não abrangendo os demais meios de comunicação. Portanto, quando citadas as expressões “jornalismo local ou global”, “mídia local ou global”, “imprensa local ou global”, deve-se remetê-las ao rádio. Por não haver um consenso entre os pesquisadores da área e as próprias

emissoras estudadas se caracterizarem como locais e/ou regionais, trabalhamos estes termos como sinônimos.

A pesquisa orienta-se por um objetivo geral e três objetivos específicos. O objetivo geral é verificar, descrever e sistematizar o processo de produção em radiojornalismo local das pequenas emissoras. Já os objetivos específicos que conduzem o trabalho são: a) averiguar a utilização da internet como instrumento de apuração e captação de notícias nas pequenas emissoras locais; b) identificar qual o espaço que a transmissão de conteúdo em rede tem na programação destas emissoras; e c) apurar o espaço dedicado às notícias locais.

Esta dissertação está dividida em quatro capítulos. No primeiro, trabalha-se com o radiojornalismo, evidenciando a trajetória histórica do veículo, desde o seu início até a atualidade. Além disso, aborda-se o desenvolvimento e situação atual das estações em amplitude modulada. A programação radiojornalística também está inclusa nesse capítulo. Ferraretto (2001, p. 59) define programação como “o conjunto organizado de todas as transmissões de uma emissora, constituindo-se no fator básico de diferenciação de uma rádio em relação à outra”. Os principais autores utilizados nesse capítulo são: Angel Faus Belau (1981); Gisela Ortriwano (1985); Iris Prieto (2001); Lia Calebre (2002); Luiz Artur Ferraretto (2001); María Pilar Martinez-Costa (2009); Nélia Del Bianco (2004); Octávio Vampré (1979); Sonia Virginia Moreira (2005); Valci Zuculoto (2010).

O segundo capítulo teórico destaca o cenário atual do radiojornalismo local, trazendo conceitos, características, potencialidades e implicações. Para discorrer a respeito desta temática,

parte-se primeiramente do conceito de local proposto por Renato Ortiz (1999):

Quando nos referimos ao “local”, imaginamos um espaço restrito, bem delimitado, do interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas. Ele possui um contorno preciso, a ponto de se tornar baliza territorial para os hábitos cotidianos. O “local” se confunde, assim, com o que nos circunda, está “realmente presente” em nossas vidas (ORTIZ, 1999, p. 59).

Ainda neste capítulo, debatemos sobre a globalização midiática, que se entende aqui como o cenário da formação e expansão dos mercados, da industrialização, da urbanização e da ocidentalização, envolvendo nações e nacionalidades, culturas e civilizações (IANNI, 1995, p. 25). Trabalhamos também com a apuração e captação jornalísticas no ambiente on-line e as redes radiofônicas. Alguns autores trazidos nesta fase teórica são: Beatriz Dornelles (2005); Cecília Peruzzo (2005); Chantler e Harris (1998); Leandro Comassetto (2007); Mariano Cebrián Herreros (2001; 2007); Juliana Gobbi Betti (2011); Maria Cláudia Santos (2009); Renato Ortiz (1999); Vera Raddatz (2009); Xosé López (1999).

No capítulo subsequente, de número três, são abordados os procedimentos metodológicos do trabalho, focando na produção jornalística baseada na perspectiva do *newsmaking* (WOLF, 2008). Para tratarmos da produção de notícias, nos baseamos em estudiosos como: Nelson Traquina (2005); Eduardo Meditsch (2007); Mauro Wolf (2008); Roberto Seabra (2008); Tiago Pettenucci (2009); Isabel Travancas (2010).

No último capítulo, é produzida a análise do radiojornalismo local nas rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM. Nele, aplicamos os



conceitos dos autores referenciais já citados ao material recolhido a partir da observação de campo, das entrevistas e da análise de conteúdo dos áudios.

Por fim, contemplamos nosso estudo com as conclusões a respeito do radiojornalismo local nas duas emissoras analisadas. Além disso, consideramos que este trabalho é um representativo da situação atual do radiojornalismo local na região de localização das estações estudadas.



# 1 O RADIOJORNALISMO NO CONTEXTO DA HISTÓRIA RADIOFÔNICA

## 1.1 A trajetória histórica do rádio

A história da radiofonia mundial começa a ser contada de forma mais efetiva no ano de 1920, quando surgiu oficialmente a primeira emissora de rádio nos Estados Unidos, a pioneira “KDKA”, na cidade de Pittsburg. Sua primeira transmissão registrada veiculou as eleições presidenciais norte-americanas. No ano seguinte, já existiam quatro estações funcionando regularmente nos Estados Unidos (VAMPRÉ, 1979).

No Brasil, a primeira transmissão oficial de rádio aconteceu durante a festa do Centenário da Independência, em 7 de setembro de 1922, no Rio de Janeiro, emitindo o discurso do então presidente da República Epitácio Pessoa. Os aparelhos para emissão foram trazidos por um grupo de empresários americanos, “pretendendo demonstrar a montagem e funcionamento de uma emissora radiofônica” (TAVARES, 1999, p. 47).

Devido à precariedade de recursos e à falta de investimentos, as transmissões deixaram de ocorrer por um período, voltando efetivamente ao cenário da comunicação em 1923, com a inauguração da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Edgar Roquette Pinto e Henrique Morize. Os empreendedores “conseguiram do Governo a concessão de uma das duas emissoras *Western Electric*, importadas para serviços telegráficos, de 500 watts de potência” (FERNANDES, 1987, p. 77).

Nessa época, as estações apresentavam algo em comum, todas levavam nomes como “rádios clubes” ou “rádios sociedades”. Vampré (1979, p. 30) destaca o modelo de rádio idealizado por Roquette Pinto:

Roquette Pinto conhecia bem o seu desenvolvimento técnico, artístico e comercial, mas optou pela forma de sociedade cultural (rádio sociedade), em que os ouvintes, associados, contribuíam com mensalidades capazes de acorrer aos custos operacionais e de manutenção (VAMPRE, 1979, p. 30).

A legislação da época não autorizava a divulgação publicitária, por isso, as emissoras eram mantidas por seus associados. Nas suas transmissões permitia-se apenas a veiculação de óperas, músicas e textos instrutivos. Além disso, o rádio era considerado um meio elitista, devido aos seus aparelhos receptores serem importados, possibilitando apenas à elite brasileira ter acesso.

Ao mesmo tempo em que a radiodifusão se expandia pelas principais cidades do país, outros municípios também se interessavam pela criação de emissoras de rádio. No Rio Grande do Sul, a primeira estação entrou no ar em 1925, a Rádio Pelotense, no município de Pelotas. Naquela época, Pelotas era considerada a cidade de mais alto nível cultural do estado e que obtinha as maiores fortunas. Porto Alegre só veio a ter uma emissora no ano de 1927, a Rádio Sociedade Gaúcha. Anteriormente, os ouvintes da capital tinham que se contentar com as transmissões da Sociedade do Rio de Janeiro ou de rádios estrangeiras (THOMÉ et al., 2001).

Na sua fase inicial, o rádio brasileiro era um meio de alcance limitado. Sua transmissão e audiência correspondiam a uma localidade ou região específicas. A busca por conteúdos globalizados só era possível sintonizando as emissoras de outros países em receptores de

ondas curtas<sup>5</sup>. A rádio *Philips Omroep Holland India* (PHOHI), que transmitia diretamente da cidade de Eindhoven, na Holanda, foi a precursora nas emissões em ondas curtas. Durante a semana, a estação veiculava programas em holandês. Já aos domingos, era difundido um programa em diversos idiomas, denominado *Happy Station*, apresentado por Edward Startz e que mais tarde ficou conhecido como o “Senhor Ondas Curtas” (ROMAIS, 1994, p. 16). No Brasil, a primeira transmissão em ondas curtas ocorreu em 1948, quando a Rádio Jornal do Commercio, de Pernambuco, começou a emitir em língua inglesa para todo o mundo o programa *Brazil Calling* (ROMAIS, 1994). Desta forma, as informações locais eram difundidas para outras partes do planeta, não se limitando ao território nacional.

De norte a sul do país, diversas emissoras eram criadas, o que demonstrava o interesse de muitos em proliferar cultura e educação através das ondas do rádio. Zuculoto (2012, p. 27-28) destaca como se deu o início do rádio no Brasil:

A implantação do rádio no país representa, então, uma revolução tecnológica e cultural para a sociedade brasileira. Isto porque, mesmo nos seus primórdios e ainda de forma precária, suas características próprias e diferenciadas do principal meio informativo da época – o jornal – já permitem uma mais rápida divulgação de informações jornalísticas e a prestação de serviços (ZUCULOTO, 2012, p.27-28).

Por se tratar de um meio acessível à elite e que pretendia divulgar a cultura erudita, as notícias tinham pouco espaço e quando

---

<sup>5</sup>As Ondas Curtas são altas frequências (HF - High Frequency) que permitem aos radiodifusores internacionais difundir as suas emissões para longas distâncias. Quanto mais alta for a frequência, menor é a banda, sendo que em Ondas Curtas esta varia entre os 10 e os 100 metros. Disponível em: [http://www.sarmento.eng.br/Radio\\_Ondas\\_curtas.htm](http://www.sarmento.eng.br/Radio_Ondas_curtas.htm).

apareciam eram cópias dos jornais impressos da época. Del Bianco (2004, p. 03) salienta como eram produzidas as informações jornalísticas nos primeiros anos do rádio:

Na década de 20 copiava os jornais tanto na forma como no conteúdo. O método consistia em selecionar algumas notícias, grifar o que era mais interessante e depois fazer uma leitura ao microfone. O método resistiu ao tempo a ponto de tornar-se uma prática comum no rádio conhecida como *gilete-press* ou tesoura *press* (DEL BIANCO, 2004, p. 3).

A década seguinte foi a fase de popularização do rádio brasileiro, em que se iniciou a sua chamada “fase de ouro”. O meio radiofônico deixou de ser destinado apenas à classe alta e se tornou disponível para toda a sociedade brasileira. Lia Calebre (2002, p. 12) ressalta o crescimento do rádio nos anos 30: “logo os aparelhos de rádio invadiram o mercado brasileiro em diversos modelos e preços acessíveis às diversas camadas da população brasileira. As estações transmissoras se multiplicaram”. O Brasil já contava com diversas emissoras, espalhadas principalmente no eixo Rio-São Paulo, e continuavam a se dedicar à transmissão de conteúdos educativos e culturais: “no início dos anos 30, com vinte e nove emissoras radiofônicas instaladas e funcionando no país, a programação baseava-se em músicas, óperas e textos ‘instrutivos’” (TAVARES, 1999, p. 55).

Foi nesse mesmo período que os programas de auditório, humorísticos e as radionovelas começaram a fazer parte da programação radiofônica. As rádios passaram a contar com elenco fixo, ou seja, artistas exclusivos das estações (FERRARETTO, 2001). Além do mais, em primeiro de março de 1932, o então presidente Getúlio Vargas sancionou o Decreto de Lei nº 21.111, que autorizava e regulamentava a

publicidade e propaganda no rádio, fazendo com que o veículo assumisse um modelo comercial. Clóvis Reis (2004, p. 05-06) lembra a fase de ouro da publicidade radiofônica:

O rádio e a publicidade radiofônica viveram o seu período dourado entre as décadas de 1930 e 1960. O investimento publicitário cresceu, as emissoras criaram o Departamento Comercial, a redação de anúncios incorporou os primeiros redatores especializados em publicidade, entre os quais se destacava Antonio Nássara, e surgiu no Rio de Janeiro a primeira empresa especializada no controle de emissão dos anúncios, a Rádio Controladora.

O rádio encontrou no entretenimento um dos principais caminhos para o seu fortalecimento e ascensão. Um dos pioneiros do rádio comercial brasileiro foi o “Programa Casé”, iniciando suas transmissões em 1932 em uma das principais emissoras da época, a Mayrink Veiga. O comunicador Ademar Casé modificou a forma de fazer rádio, inspirado pela programação de estações estrangeiras, como a BBC de Londres e a americana NBC, trazendo dinamismo e modernidade à radiofonia brasileira (CASÉ, 1995).

Na década de 30 foi inaugurada uma das principais emissoras brasileiras, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, em 1936. Desde a sua implantação até a chegada da televisão, a estação foi líder em audiência no país. Com a possibilidade de transmissão em ondas curtas, a Nacional alcançou países de todo o mundo, como África do Sul, Inglaterra, Índia, Japão e Nova Zelândia. Andrade (1941, texto datilografado *apud*, Saroldi e Moreira, 2005) enfatiza a grandeza da Rádio Nacional: “é a voz do Brasil que vai falar ao mundo, para dizer aos povos civilizados do universo o que aqui se faz em prol dessa civilização. É a música brasileira que será difundida através dos recantos

mais distantes do globo, exibindo toda a sua beleza e todo o seu esplendor”. A Rádio Nacional permitiu que a cultura brasileira e os acontecimentos aqui gerados fossem difundidos globalmente.

Em 1935, Getúlio Vargas criou um programa oficial que deveria ser retransmitido por todas as emissoras do país, com duração de uma hora e a proibição da transmissão de qualquer outra programação no mesmo horário. Assim surgiu o “Programa Nacional”, com a pretensão de “difundir a informação, a cultura e o civismo, criando uma unidade nacional” (MENEGUEL; OLIVEIRA, s/d, p. 19). Depois, o programa passou a se chamar “A Hora do Brasil”. Anos mais tarde, por determinação do presidente Emílio Garrastazu Médici, “A Hora do Brasil” muda sua denominação para “A Voz Brasil”. O noticiário é veiculado até hoje, das 19 horas às 20 horas, em todas as rádios brasileiras, sendo produzido pela EBC (Empresa Brasil de Comunicação)<sup>6</sup>.

O então presidente enxergava o rádio como um agente político e econômico. Por conta disso, “não apenas se empenhou em expandir a rede de emissoras em todo o país, como também criou o mecanismo de concessão de canais, a título precário, que propiciou o controle das emissoras pelo Estado” (PEROSA, 1995, p. 30). Até hoje esse sistema

---

<sup>6</sup>Por determinação do Supremo Tribunal Federal, em 2012 foi estabelecida a obrigatoriedade das emissoras de rádio em transmitirem a Voz do Brasil entre às 19 horas e 20 horas, de segunda a sexta-feira. A Associação Brasileira de emissoras de rádio e televisão (Abert) lançou em março de 2014 uma campanha pela flexibilização da Voz do Brasil. A campanha pretende mobilizar a sociedade com um abaixo-assinado eletrônico pela aprovação do Projeto de Lei 595/2003, da deputada Perpétua Almeida (PC do B – AC), que permite iniciar a transmissão do programa entre 19h e 22h. A proposta aguarda votação no plenário da Câmara dos Deputados e, caso aprovada, depende apenas de sanção presidencial. Disponível em: <http://www.abert.org.br/>.



de concessões funciona no Brasil, mantendo com o Estado o poder de distribuição das mesmas.

Com o crescimento das emissoras comerciais e o afastamento da sua pretensão inicial, que era difundir educação e cultura, muitos precursores do rádio como Roquette Pinto desligaram-se do cenário da radiodifusão. A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi transferida para o Ministério da Educação para que a linha educativo-cultural fosse mantida. Roquette Pinto acreditava que isso só seria possível em uma emissora estatal. Além do mais, “exigiu do Ministério uma cláusula especial através da qual seria aceita a transferência-doação sob a condição de manter a emissora afastada de qualquer interesse publicitário” (VAMPRÉ, 1979, p. 66).

Em meados dos anos 1930, estações europeias criaram serviços especializados para as rádios de todo o mundo, com notícias elaboradas especificamente para o veículo, usando como principal instrumento o teletipo<sup>7</sup> (FAUS BELAU, 1981). O Brasil passou a adotar o teletipo nas redações a partir da década de 40 modificando a forma de veicular informações, como destaca Del Bianco (2004, p. 03): “o modo de produção do radiojornalismo baseado na leitura dos jornais impressos ao microfone foi substituído por um modelo calcado nos padrões estéticos das agências internacionais”. Com isso, informações de todo o mundo eram disponibilizadas pelas emissoras brasileiras à população local.

Ainda no final dos anos 30 não havia uma produção específica de radiojornalismo Vampré (1979, p. 71) explica como era o jornalismo radiofônico da época: “esse radiojornalismo, improvisado, nascente, fez

---

<sup>7</sup>É uma máquina de escrever eletromecânica que servia para a transmissão de dados. Devidos aos avanços tecnológicos ela foi extinta do cenário da telecomunicação.

seu aprendizado forçado através de escutas de emissoras estrangeiras e seguia apegado ao *gilete-press*, recurso simplista, mas eficiente”.

Em 1938, constituiu-se a primeira rede de emissoras de rádio brasileira. Ela teve início em maio de 1927, quando as Organizações Byington ingressaram no terreno da radiodifusão, inaugurando a Rádio Cruzeiro do Sul, de São Paulo. No decorrer do tempo, outras emissoras foram sendo criadas ou adquiridas pelos Byington, como foi o caso da Cruzeiro do Sul (Rio de Janeiro, 1933), a Kosmos (São Paulo, 1933) e a Clube do Brasil (Distrito Federal, 1935). A união destas estações proporcionou a criação da Rede Verde-Amarela, sendo de propriedade da família Byington (FERRARETTO, 2001). A Rede também foi pioneira na cobertura esportiva em cadeia, realizando a transmissão da Copa do Mundo de Futebol, na França, em 1938. No entanto, motivos como a má qualidade da transmissão via linhas da Companhia Telefônica Brasileira e a não liberação de canais em ondas curtas fizeram com que a Rede Verde-Amarela não se consolidasse (BETTI, 2005).

A década de 40 foi o período do esplendor da radiofonia no Brasil. O rádio já fazia parte do dia a dia da população local, as pessoas se reuniam para ouvir os programas de entretenimento e o noticiário. O aparelho radiofônico era destaque nas salas de estar. Nessa fase, a programação de humor se popularizou e programas como *Edifício Balança Mas Não Cai* e *Tancredo e Trancado* faziam sucesso com a audiência. Zuculoto (2012, p. 29) destaca essa época como a “‘era do rádio espetáculo’, com os programas de auditório, os musicais, as radionovelas, num padrão de radiofonia ‘broadcast’ ao estilo norte-americano”.

Com cada vez mais emissoras sendo implantadas e um enorme poder de alcance, além do sucesso dos radioteatros, programas de auditórios e musicais entre a população, o rádio comercial tornou-se hegemônico, conquistando centenas de anunciantes. Lia Calebre (2002) reforça:

O rádio buscava o caminho da profissionalização. A maior parte das emissoras passava a irradiar seus programas todos os dias da semana. Novas empresas de radiodifusão se formavam, anunciando projetos que conquistariam definitivamente o público ouvinte, transformando o rádio em um elemento indispensável em todos os lares (CALEBRE, 2002, p. 60).

Além disso, o início dos anos 40 foi marcado pela Segunda Guerra Mundial. Vivia-se em um clima de tensão e a população brasileira encontrou no rádio um aliado para saber o que ocorria nos conflitos bélicos. Segundo Lia Calebre (2002, p. 71), “a expansão dos movimentos nazistas e fascistas, e o advento da Segunda Guerra Mundial despertaram na população um forte interesse pelas notícias e o rádio era o mais rápido e eficaz na divulgação das informações sobre o conflito europeu”. Emissoras de diferentes países eram sintonizadas pela população local que estava ávida por notícias da guerra.

No ano de 1941, chegou ao Brasil, pela Rádio Nacional, o *Repórter Esso*, que foi considerado o marco inicial do radiojornalismo brasileiro, veiculado durante 27 anos. O programa teve início nos Estados Unidos, em 1935, chegando a 15 países, principalmente no período da Segunda Guerra Mundial. Com o jargão “testemunha ocular da história”, fez sucesso no Brasil na voz de Heron Domingues. O informativo revolucionou a forma de fazer radiojornalismo, como destaca Klöckner (2001, p. 02): “com o noticioso, foi implantado o lide;

a objetividade; a exatidão; o texto sucinto, direto e vibrante; a pontualidade; a noção do tempo exato de cada notícia; aparentando imparcialidade e contrapondo-se aos longos jornais falados da época”.

Nessa década, diversos programas radiojornalísticos foram criados, como em 1942 o “Grande Jornal Falado Tupi” e em 1946 o “Matutino Tupi”, “transmitidos pela Rádio Tupi de São Paulo, emissora de propriedade de Assis Chateaubriand” (BETTI, 2009, p. 67). Valci Zuculoto destaca o diferencial do “Grande Jornal Falado”: “não era uma síntese de cinco minutos como o famoso “Repórter” e tinha uma única edição diária, à noite. Começava com manchetes e transmitia as notícias em blocos que eram divididos por assuntos, seguindo a técnica de edição dos jornais impressos” (ZUCULOTO, 2012, p. 93).

O rádio assume cada vez mais características próprias, distanciando-se do formato jornalístico dos jornais impressos. De acordo com Zuculoto (2012, p. 28-29), “o rádio informativo e, conseqüentemente, a notícia realmente implantam e passam a se desenvolver utilizando características e recursos do veículo mais adequados à transmissão de informações jornalísticas, entre os quais a rapidez e o imediatismo”.

No decorrer dos anos 40 até 1950, o setor da radiodifusão apresentava um crescimento significativo para os padrões da época. Em 1948, “o país possuía 49 emissoras de rádio em funcionamento, que levavam notícias e entretenimento para pequenas e longas distâncias”(CALEBRE, 2002, p. 82). Tanto emissoras brasileiras quanto estrangeiras faziam suas transmissões através do sistema de ondas curtas. Com o final da Segunda Guerra Mundial, um total de 55 países

usava-nas para expandir sua programação para todo o mundo (VAMPRE, 1979).

Os anos 50 trouxeram o declínio do rádio. Ele já não era mais hegemônico e dividia espaço com a televisão, um novo veículo de comunicação que possibilitou ao público não apenas ouvir, mas também visualizar o que era contado. Zuculoto (2012, p. 30) ressalta as dificuldades encontradas pelo rádio entre os anos 50 e 60: “o veículo sofre, sim, um declínio, passando de uma era de espetáculo para uma fase de simples ‘vitrolão’, em que se limita a rodar discos em praticamente toda sua programação, isto na maioria das emissoras”. Nesta época, o meio radiofônico entrou em crise. Os profissionais do rádio transferiram-se para a televisão e ocorreu a perda de verbas publicitárias. Com isso, a radiodifusão precisou buscar novos caminhos, modificando a programação e o modo de transmissão, como destaca Faus Belau (1981, p. 88):

O processo de expansão da televisão no mundo cobre, fundamentalmente, os anos que vão entre 1950 e 1965. Durante este tempo, o rádio modificou completamente sua estrutura, suas formas de expressão e, o que é mais importante, sua finalidade e objetos; porque durante este tempo a televisão passou a ostentar, infelizmente para ela, com o fabuloso peso da massa (FAUS BELAU, 1981, p. 88)<sup>8</sup>.

O radiojornalismo foi uma das alternativas para a reestruturação do veículo. Segundo Ortriwano (1985, p. 21), “o rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias

---

<sup>8</sup>Citação original: El proceso de expansión de la TV en el mundo abarca, fundamentalmente, los años que van entre 1950 y 1965. Durante este tiempo, la radio ha modificado por completo su estructura, sus fórmulas expresivas y, lo que es más importante, sus fines y objeto; porque durante este tiempo la TV vino a cargar, desgraciadamente para ella, con el fabuloso peso de la masa.

e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública”. A autora destaca ainda o pioneirismo da Rádio Bandeirantes, em 1954, na formação de um novo tipo de programação noticiosa, em que notícias com um minuto de duração entravam a cada quinze minutos e, nas horas cheias, em boletins de três minutos.

Em 1959, a Rádio Jornal do Brasil, do Rio de Janeiro, lançou um modelo de programa que serviria de padrão para outras emissoras do país: os serviços de utilidade pública. De acordo com Ortriwano (1985, p. 22-23), “a inovação foi introduzida pelo jornalista Reinaldo Jardim, que teve como objetivo restabelecer o diálogo com os ouvintes”. As condições climáticas, o trânsito e ofertas de empregos foram alguns dos serviços que passaram a ser disponibilizados pelas emissoras. Isto fez com que informações do cotidiano da comunidade local fossem privilegiadas pelas estações.

Em 1947, os norte-americanos John Barden, Walter H. Brattain e William B. Shockley desenvolveram pela *Bell Telephone Laboratories* a tecnologia dos transistores (VAMPRÉ, 1979; FALCIANO, 2001; FERRARETTO, 2001). Segundo Lopez (2009, p. 2), “a proposta tinha como objetivo ampliar sinais elétricos através do uso de gerânio como material semicondutor”. A partir disso, as válvulas que eram utilizadas nos rádios receptores puderam ser substituídas e assim a fonte de alimentação do aparelho pôde ser trocada por pilhas, sem a necessidade de fios e tomadas (LOPEZ, 2009; FERRARETTO, 2001).

No Brasil, o equipamento só chegou em 1959 e modificou a forma de ouvir e produzir rádio. Ferraretto (2001, p.138) destaca: “deslocado de um lugar de destaque na sala de estar, agora ocupado pelo

televisor, o receptor radiofônico passa com a transistorização, em definitivo, a acompanhar os ouvintes”. O rádio deixou de ser um meio de uso apenas doméstico e passou a ser ouvido também em outros lugares, como estádios de futebol e no carro. A nova tecnologia trouxe ainda transformações para os comunicadores, que começaram a utilizar gravadores portáteis e assim puderam incrementar a produção de reportagens. Vampré (1979, p. 122) enfatiza: “o rádio poderia deixar de escravizar o homem. Passaria a escravo e fiel servidor, acompanhando-o por toda a parte”. Além do mais, nesta fase o veículo radiofônico alcançou lugares antes inacessíveis por conta de seus aparatos tecnológicos, como lembra Francisco Assis Fernandes (1987, p. 04):

O avanço tecnológico trouxe para os lares o rádio portátil, transistorizado [...] Desse modo, o mundo rural brasileiro, que não dispunha de energia elétrica, passou a integrar a audiência radiofônica. O rádio passou, então, a ser o maior e o mais popular veículo de comunicação em nosso país (FERNANDES, 1987, p. 04).

Por conta das novas possibilidades de transmissão e captação, também ocorreram mudanças no radiojornalismo, já que o aparelho radiofônico tornou-se um equipamento mais individualizado. De acordo com Lopez (2009, p. 2), “o rádio deixava, assim, sua função principal de centro de lazer e entretenimento familiar para se tornar o companheiro mais cúmplice do ouvinte. Assim, sua responsabilidade, neste momento, recaía sobre a transmissão de informações locais e a prestação de serviços”.

Ainda em 1959, as emissoras começam a utilizar estações móveis, ou seja, carros com transmissores volantes, reduzindo-se o peso e o volume dos equipamentos, além de melhorar a qualidade das transmissões (VAMPRÉ, 1979). As estações móveis possibilitaram a

transmissão dos fatos diretamente do palco dos acontecimentos, facilitando a emissão instantânea da notícia. Outro recurso que começou a ser utilizado foi o *handie talks*, “equipamento portátil que veio possibilitar falas de reportagens ou entrevistas, mesmo a determinadas distâncias das emissoras ou das unidades-móveis antes condicionadas a curta extensão dos cabos nos microfones” (VAMPRE, 1979, p. 132). Isto viria a ser uma prévia do que hoje é permitido através do telefone celular.

Na década seguinte, mais uma novidade modificaria a radiodifusão sonora brasileira. Chegava ao país a frequência modulada (FM), o que possibilitou às emissoras, entre outras coisas, um aumento na qualidade no som. No Brasil, o FM chegou tardiamente em comparação a outros países. Nos Estados Unidos, sua primeira transmissão regular ocorreu em 1940 e, dez anos depois, operavam em FM 75 estações (FAUS BELAU, 1981).

A invenção do transistor e o surgimento das transmissões em FM revolucionaram o universo radiofônico, como salienta o espanhol Faus Belau (1981, p. 92): “a frequência modulada e o transistor se converteram em dois potentes aliados do rádio, e em torno deles se realizou a maior parte das mudanças radiofônicas entre 1955 e 1965<sup>9</sup>”.

No ano de 1965, o país começa a integrar a INTELSAT (*International Communication Satellite*), um consórcio que colocou em órbita o primeiro satélite de comunicações, possibilitando a transmissão de rádio e televisão através de um novo sistema. No entanto, o uso de satélites domésticos de comunicações no Brasil começou a ser

---

<sup>9</sup>Citação original: la frecuencia modulada y el transistor se convierten en dos potentes aliados de la radio, y en torno a ellos se realizarán la mayor parte de los cambios radiofónicos entre 1955 y 1965.



considerado pelo governo somente no início da década de 70, quando o Ministério das Comunicações criou um grupo de estudos para examinar a possibilidade (MOREIRA, 2002, p. 103).

Os anos 70 trouxeram a afirmação das emissoras que operavam em frequência modulada. Estas assumiram aspectos próprios, como destaca Vampré (1979, p. 164): “pelos suas características e custo de receptores se mantém na linha elitista, mais música, seu melhor recurso, menos locução e, em consequência, deixando às ondas médias o campo livre nos esportes, noticiários e reportagens vibrantes”. Zuculoto (2012) enfatiza que foi nesse período que as emissoras em amplitude modulada (AM) encontraram no radiojornalismo uma saída para não desaparecerem diante das transmissões em frequência modulada. Diferente das rádios AM, o alcance das FM era reduzido, chegando a apenas uma determinada localidade e região. Isto fez com que as estações que operavam nessa frequência fossem ideais para a cobertura e transmissão de fatos locais.

A chegada da FM melhorou a qualidade do som, ampliando a possibilidade de expressão a praticamente qualquer voz, o que antes era impensável. Também diminuiu custos e duplicou a capacidade do espectro de frequências, multiplicando o número de emissoras. Esta multiplicação abriu caminho para a especialização e para o rádio alterar a sua vocação original – de meio de comunicação à distância – para vingar sobretudo com um serviço de expressão local (MEDITSCH, 2007, p. 117-118).

O rádio buscou na especialização da programação uma forma de reestruturação e fortalecimento da audiência. De acordo com Ortriwano (1985, p. 24), “a tendência à especialização mostrou-se cada vez maior. As emissoras começaram a se identificar com determinadas faixas socioeconômico-culturais, procurando dirigir-se a elas e buscando sua

linguagem nos próprios padrões das classes que desejam atingir”. A partir disso, na década seguinte, o meio radiofônico começa definitivamente a segmentar sua programação.

Nesse período, foram criadas as agências de produção radiofônica, como evidencia Ortriwano (1985, p. 25): “[...] produzem programas com artistas famosos e assuntos de interesse do momento, vendendo as gravações para emissoras de menor porte, que não tem condições de realizar gravações desse tipo”. Na atualidade, o que ocorre é a produção por agências especializadas, principalmente de reportagens e conteúdos jornalísticos, como o que é feito pela Agência Radioweb e distribuído gratuitamente para rádios cadastradas de todo o país. Esta busca por conteúdo especializado e considerado de qualidade é realizada especialmente pelas emissoras locais de pequenos municípios, que não têm condições de produzirem informações estaduais, nacionais e internacionais devido aos custos na produção e por possuírem redações enxutas.

A década seguinte, de 1980, foi marcada por mudanças significativas tanto na estrutura técnica quanto na programação do meio radiofônico. Novas transformações que seriam determinantes para o radiojornalismo local, como é o caso das transmissões de rádio via satélite começaram efetivamente no país neste período.

A radiodifusão sonora brasileira entrou na era das redes via satélite em março de 1982, quando a Bandeirantes AM, de São Paulo, começou a gerar o seu radiojornal *Primeira Hora*, usando o tempo ocioso do subcanal que a Rede Bandeirantes de Televisão havia alugado no Intelsat4 (FERRARETTO, 2001, p. 166).

Os satélites impulsionaram a criação das redes radiofônicas. Nesse sistema, as produções geradas pela emissora cabeça de rede são

captadas pelas afiliadas através de parabólicas e em seguida retransmitidas em tempo real ou em outros horários de acordo com a programação da estação. Entretanto, apenas no ano de 1985 o país começa a dispor de um satélite próprio de comunicações, o Brasilsat A1, e lança, no ano seguinte, o A2. Sonia Virginia Moreira (2002, p. 104) lembra que “até o lançamento dos satélites brasileiros, o país recebia sinais dos satélites internacionais da Intelsat situados na órbita geoestacionária do Brasil”. Mesmo com o país já possuindo satélites próprios, as emissoras de rádio ainda não faziam suas transmissões através do novo sistema. O que ocorria, até a metade da década de 80, especialmente pelos principais grupos radiofônicos do país, como o Sistema Globo de Rádio, era a retransmissão de parte da programação ao vivo ou gravada para ser distribuída entre as emissoras afiliadas ou associadas (MOREIRA, 2002).

No final desta década, mais especificamente em 1989, a Embratel provocou uma importante mudança na radiodifusão do país, criando um novo serviço, o Radiosat, um sistema de transmissão via satélite, em estéreo e com alta qualidade de áudio, que permitiu a formação de redes nacionais de rádio por um custo mais acessível (FERRARETTO, 2001; JORGE, 2004). Depois disso, a radiofonia brasileira entra em uma nova fase - a das redes - permitindo às emissoras levarem a sua programação para os diferentes pontos do país, o que anteriormente só era possível para as estações que transmitiam em ondas curtas. Comassetto (2007, p. 65) ressalta o avanço tecnológico proporcionado pela implantação dos satélites para o rádio:

O sistema via satélite modernizou a sistemática de redes, que antes se utilizavam de linhas telefônicas, um recurso antigo, que remonta ainda aos anos 1930. Com o satélite, surgiram novas redes nacionais e regionais, proliferam as transmissões regulares integradas em FM [...].

No entanto, nesse mesmo ano, havia somente uma rede transmitindo no novo sistema no país, a Rede Bandeirantes de Rádio, operando com um satélite próprio. A partir daí, iniciou-se o Sistema Bandsat AM, “a primeira rede nacional de rádio via satélite” (AVALLONE JORGE, 2004, p. 239). Já nos anos 90, diversas emissoras começam a operar em rede, “com a autorização do Ministério das Comunicações para a utilização do satélite pelas rádios, assim como pelas televisões, as Redes Cidade do Rio de Janeiro e Transamérica de São Paulo passaram a gerar suas programações em rede nacional, em 1990” (SILVA e FIALHO, 2009, p. 3).

Devido ao novo poder de abrangência do rádio, a sua estruturação precisou ser repensada, pois a sua audiência já correspondia aos mais diversos públicos. Na metade dos anos 80, ocorreu a segmentação do meio radiofônico e as emissoras começaram a inserir em suas grades diferentes tipos de programas: musicais, jornalísticos, esportivos, de variedades, entre outros.

A especialização, que certa forma sempre existiu, uma vez que é impossível cobrir bem todos os campos de atividade, apenas se acentuou, principalmente a partir da implantação e do desenvolvimento das emissoras FM, acabando por mostrar-se uma fórmula eficaz para que o rádio pudesse encontrar outra vez o caminho da expansão (ORTRIWANO, 1985, p. 29).

A partir disso, as emissoras começaram a investir na segmentação. Algumas se especializaram no público jovem, outras no

segmento *all News* ou *talk News* e ampliou-se também a criação de estações religiosas. Cabe destacar que a segmentação fez com que o rádio pudesse oferecer serviços específicos para determinada audiência, contemplando todas as faixas etárias e classes sociais e culturais. Entretanto, nas emissoras locais a segmentação do público não é tão clara e, na maioria das vezes, até inexistente.

O rádio foi se especializando cada vez mais, com estações temáticas (tais como as de 24 horas de música ou de dedicação exclusiva a um cantor ou grupo *pop*, por vários meses até o surgimento de um novo sucesso). Os programas de rádio preencheram o tempo de passageiros nos meios de transporte e de trabalhadores em horários flexíveis (CASTELLS, 1998, p. 362).

Nos anos 90 ocorreram diversas modificações no radiojornalismo, principalmente técnicas. A produção radiofônica passou do analógico para o digital e os profissionais começaram a utilizar o celular como ferramenta para transmissão de notícias diretamente do local do acontecimento. “Com o celular, o repórter ganha agilidade para realizar entrevistas ou fazer participação ao vivo de qualquer lugar. Conquista mobilidade muito superior ao telefone sem fio utilizado nas unidades móveis de frequência modulada” (DEL BIANCO, 2004, p. 06). Devido à facilidade de captação e emissão de conteúdos, uma das principais características do rádio é potencializada – o imediatismo.

Nesse período histórico, a notícia radiofônica já não seguia um padrão, havia uma diversidade de gêneros e formatos, cada uma de acordo com o tipo de informação a ser veiculada. Zuculoto (2012, p. 31) destaca o modelo de notícia característico da época:

Aqui nesta fase há uma verdadeira miscigenação de todos os modelos que construíram a notícia do rádio no Brasil. Ainda se ouve uma notícia estilo Esso, mas também outros que foram sendo incorporados ao longo da história do nosso radiojornalismo. A hegemonia, neste período, é de uma nova notícia com diversos modelos, tipos e estilos (ZUCULOTO, 2012, p. 31).

Além disso, foi na década de 90 que se desenvolveu o formato de emissoras *all news* e *talk news*, que se dedicam a transmissão ininterrupta de notícias, como é o caso da CBN (Central Brasileira de Notícias) e da Band News FM. O público dessas emissoras é informado em qualquer horário de todos os acontecimentos que tenham relevância para sua audiência. Mesmo que a emissora veicule programas de debate, mesas-redondas, músicas, esportes e outros estilos, a notícia é a vanguarda da programação. Rádios como as exemplificadas possuem uma programação com abrangência nacional e retransmitem a sua programação na íntegra ou parte dela a partir das sucursais espalhadas em diversos estados do país.

Um dos principais marcos da década de 90 foi a implantação da internet. Com ela, surge um novo modelo de consumidor, em que os meios de comunicação sentiram a necessidade de adaptação e passaram a integrar a nova plataforma. As redações informatizaram-se e o computador tornou-se essencial para o radiojornalismo.

A redação de emissoras especializadas em jornalismo passou por uma terceira fase da informatização com a constituição de rede de computadores local, integrando a redação e edição de noticiários à central técnica e com conexão à Internet. (DEL BIANCO, 2004, p. 07).

A internet e o computador tornaram-se fundamentais tanto para as funcionalidades técnicas das emissoras de rádio - que puderam fazer a edição e a transmissão da programação a partir dos novos mecanismos - quanto para a produção jornalística, que encontrou na internet uma nova ferramenta de busca de conteúdos noticiosos.

A inserção dos meios convencionais em uma nova plataforma que serve tanto para busca quanto para difusão de informações potencializou a criação dos *websites*, onde as emissoras de rádio, por exemplo, veiculam não apenas o áudio que é a sua essência, mas também vídeos, textos e fotos. Este fenômeno é chamado por Henry Jenkins (2008) de convergência, que o autor entende como:

O fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2008, p. 27).

Com a internet, as transmissões radiofônicas não são disponibilizadas apenas para aparelhos convencionais como nos rádios a pilha e nos carros, mas também através de dispositivos móveis como os celulares, MP3, *smartphones*, entre outros. Além disso, as emissoras passaram a veicular sua programação também pela internet, através do sistema de *streaming*. Dentro deste contexto, a Rádio Itatiaia de Minas Gerais foi a pioneira na transmissão de rádio via internet, em 1996 ela realizou a primeira emissão da sua programação on-line. Nos anos 2000, a prática se popularizou e diversas emissoras passaram a integrar a nova plataforma. Com a potencialização da internet e sua infinidade de recursos, novamente acreditou-se na morte do rádio. Zuculoto (2012, p. 32-33) enfatiza:

E com o livre acesso ao uso da *web* para a implantação de emissoras de rádio exclusivas na internet ou para simplesmente transmissão de informações ou produções em áudio, ameaças de morte voltam a pairar sobre o veículo. Mas também, mais uma vez, se estrutura um novo rádio (ZUCULOTO, 2012, p. 32-33).

Agora, as estações além de produzirem informações em áudio, que é o principal, também fornecem conteúdos em fotos, textos e vídeos e os disponibilizam em suas páginas na internet. O ouvinte que também é internauta não se contenta apenas em ouvir a notícia, ele está em busca de informações complementares, do “algo a mais” que as emissoras têm a oferecer. Com isso, a rotina jornalística também tem sido modificada, exigindo do profissional ainda mais qualificação e comprometimento.

Desde o início dos anos 2000, centenas de emissoras têm sido criadas exclusivamente para transmissão pela *web*, são as chamadas *radiowebs*, *webrádios* ou *webemissoras*. Órgãos privados e públicos, como o Ministério da Saúde<sup>10</sup>, possuem *webemissoras* onde veiculam informações em áudio, texto, fotos e vídeos. Existe também um extenso número de *webrádios* comerciais, a sua maioria dedica-se a veiculação de músicas. Essas rádios não necessitam de concessão e se tornaram alternativa para a propagação de conteúdo sem custos.

Além da implantação da internet, que se tornou um dos principais marcos da evolução histórica do rádio - fazendo com que o veículo fosse reestruturado e buscasse novas formas de transmissão e produção jornalística -, outro mecanismo tecnológico trouxe discussões para o cenário da radiodifusão sonora brasileira, o rádio digital. Del

---

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.webradio.saude.gov.br/>.



Bianco (2010, p. 96) explica a mudança proporcionada pelo rádio digital no sistema de transmissão radiofônico:

A rádio AM passará a ter qualidade de FM; a rádio FM terá som de CD. Com qualidade de som estéreo o AM poderá ampliar o espaço da música na programação. Significa que os arquivos digitais de música não perderão qualidade durante a transmissão. Essa mudança será possível porque a digitalização amplia a quantidade de armazenamento de som dando maior capacidade de precisão na reprodução da música o que favorece a apreciação dos ouvintes (DEL BIANCO, 2010, p. 96).

O modelo de rádio digital permite a transmissão de dados com imagens e textos, “além de uma melhor qualidade de áudio, puro e cristalino, semelhante ao som ouvido em um estúdio de áudio” (MEDEIROS, 2009, p. 13).

Desde o início dos anos 2000 se tem discutido um padrão de rádio digital a ser adotado no país, mas o cenário continua sendo de incertezas devido à demora do governo na definição de um modelo. No ano de 2012 foi criado pelo Ministério das Comunicações o Conselho Consultivo do Rádio Digital, que conta com representantes do Governo Federal, Poder Legislativo, do setor de radiodifusão e indústria para “firmar uma posição técnica sobre qual modelo de rádio digital, funciona melhor, além de tratar de temas como financiamento da transição do sistema, política industrial e modelo de negócio”<sup>11</sup> (DEL BIANCO, 2013, on-line).

A partir de 2007 foram realizados testes com dois padrões de rádio digital: o americano *HD Radio* e o europeu *DRM – Digital Radio*

---

<sup>11</sup>Texto publicado no site da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (SOCIOCOM): <http://www.socicom.org.br/>. Acesso em: 30 abr 2014.

*Mondiale* para verificar qual o modelo mais viável a ser implantado no país. Segundo Del Bianco (2013, on-line) os testes aconteceram em emissoras de São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Rio de Janeiro através de uma parceria entre o Ministério das Comunicações e o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro). A autora destaca ainda:

De acordo com os testes, os dois sistemas não apresentam bom desempenho no FM em alta potência. O mesmo acontece com o sistema HD Radio para a transmissão em AM. Outro aspecto problemático é a cobertura do sinal: o digital alcançou 70% da abrangência que hoje atinge o analógico. Diminuir a área de abrangência do sinal, no entendimento do Ministério das Comunicações, significa excluir uma parte dos ouvintes que hoje potencialmente tem acesso ao sinal (DEL BIANCO, 2013, on-line).

Outro problema da digitalização são os custos dos equipamentos de transmissão. Por se tratarem de equipamentos caros, as rádios comunitárias, por exemplo, que não têm permissão para a veiculação publicitária e fundo público para financiamento<sup>12</sup>, não teriam condições financeiras para a implantação do novo sistema de transmissão e provavelmente seriam extintas do cenário da radiodifusão.

Uma das principais mudanças relativas ao rádio digital diz respeito às alterações na forma de transmissão dos conteúdos. Del Bianco destaca:

---

<sup>12</sup>Disponível em:

[http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com\\_content&task=view&id=9598](http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=9598). Acesso em: 30 abr 2014.

Essa variedade de formas de transmissão provocará uma reconfiguração dos atuais conteúdos e das funções sociais do rádio. É evidente que haverá um aprofundamento da segmentação da programação para atender diferentes faixas ou segmentos da audiência. Uma hiper-especialização não só pela música, com seus mais variados gêneros e estilos, mas também pela temática - emissoras especializadas esportes, turismo, economia, literatura, entre outros (DEL BIANCO, 2003, p. 2).

Isto ocasionaria mudanças drásticas no radiojornalismo, principalmente para as emissoras pequenas que possuem uma programação mais generalizada e em sua maioria não dispõem de qualificação técnica e de pessoal para atender uma audiência segmentada.

Por outro lado, o rádio digital tornaria as estações em AM mais competitivas, pois traria uma melhoria na qualidade do som das transmissões, já que esta frequência vem perdendo audiência diante das FM há vários anos (DEL BIANCO, 2006). Com as diversas adversidades encontradas na implantação do sistema de rádio digital, o governo brasileiro tem investido na migração de estações em AM para FM, como veremos na próxima seção.

## **1.2 As transformações históricas das estações em amplitude modulada**

Quando as transmissões radiofônicas foram iniciadas no país, só era possível a emissão em amplitude modulada (AM). Estas mantiveram sua supremacia até meados dos anos 80, quando as estações em frequência modulada (FM) começaram efetivamente a transmitir no

Brasil. Antes disso, as emissões eram feitas em ondas médias, curtas ou tropicais.

No Brasil, as emissoras em amplitude modulada transmitem principalmente em ondas médias, através das faixas de frequência entre 525 kHz e 1705 kHz<sup>13</sup>. Quando comparadas às emissoras em FM, elas possuem uma qualidade de som inferior como salienta Lima (2008, p. 01): “isso se deve às imperfeições do canal de radiofrequência, que causa problemas de recepção, e ao fato da faixa de frequência do áudio transmitido ser muito estreita, além de esse áudio ser geralmente monofônico”. Entretanto, segundo o autor, as faixas em AM têm a vantagem de atender grandes áreas de cobertura com um único transmissor, sem o uso de repetidores ou de satélites (id.).

Para tentar melhorar as emissões em amplitude modulada, em 1986, o Governo Federal regulamentou a transmissão em AM estereofônica. Segundo Barbosa (1986, *apud* FERRARETTO, 2000, p. 06):

O AM-Estéreo trará forçosamente uma melhoria na qualidade dos receptores, isso se a indústria de receptores estiver disposta a colaborar com a indústria de transmissores. Em segundo lugar, por ser uma novidade, isso fará com que as estações de AM voltem a ser competitivas, podendo disputar em igualdade de condições com as FMs.

No entanto, este tipo de transmissão não prosperou no país e as emissoras que o adotaram foram prejudicadas. Nos Estados Unidos, por exemplo, o novo sistema não foi consolidado na tentativa de resguardar o grande número de estações em FM. Além disso, a ameaça latente de

---

<sup>13</sup>Disponível em: <http://www.getel.org/doccadernosCCOM006.pdf>. Acesso em: 5 mai 2014.

uma futura aprovação levou os técnicos a se voltarem para a criação das FM-estéreo (VAMPRE, 1979).

Anteriormente ao apogeu da televisão e ao surgimento das estações em frequência modulada, “os noticiários, a reportagem e a transmissão de eventos esportivos ocupavam pequeno espaço na programação” (FERRARETTO, 2000, p. 03). A partir de então, as emissoras em amplitude modulada dedicaram-se especialmente ao radiojornalismo, potencializando as principais características do meio, como a utilidade pública, prestação de serviço, instantaneidade, sensorialidade etc. Segundo Zuculoto (2012, p. 121), “não restou ao AM outra saída que não a de usar muito mais a fala do que a música na sua programação, forma de fazer rádio na qual o jornalismo encontrou um perfeito encaixe”. Devido à superioridade de som e sinal, as rádios em FM tornaram-se ideais para a veiculação de música. Entretanto, há alguns anos diversas rádios que transmitem em frequência modulada têm se dedicado à veiculação de uma programação basicamente jornalística como, por exemplo, a Band News FM.

Para Ferraretto (2000), na última década do século 20, a programação das emissoras em amplitude modulada se reconfigurou, sendo possível identificar quatro vertentes básicas: informativa, popularesca, mística-religiosa e educativa.

As duas primeiras são típicas de empresas de radiodifusão sonora. Visam, portanto, à obtenção de lucro. A terceira é fruto da deturpação das possibilidades comunicacionais do rádio, com estas sendo subordinadas a uma lógica manipulativa a serviço de facções religiosas em busca de fiéis. A última, como indica a denominação, aparece nas emissoras educativas, mantidas por instituições de ensino ou fundações, particulares ou estatais (FERRARETTO, 2000, p. 10).

Tais modelos de emissoras ainda estão presentes no cenário da radiofonia, algumas delas se expandem cada vez mais, como é o caso das rádios voltadas ao segmento religioso.

Segundo pesquisa de 2011, 37,5% do total de emissoras de rádio no Brasil operam em AM<sup>14</sup>, a maioria delas no segmento comercial. Mesmo que o número de estações em amplitude modulada seja menor em comparação às FMs (62,5%), o consumo de rádio AM aumentou 20% em sete anos, continuando abaixo das estações em frequência modulada que tiveram um aumento de 97% nos últimos dez anos. Segundo dados do Ibope 2013, o tempo médio de audição das emissoras em AM era de 202 minutos dispensados em 2006 e 244 minutos em 2013. Já nas FMs, na comparação entre os períodos, o tempo gasto exclusivamente com audição de rádio em frequência modulada cresceu 8%, com 234 e 253 minutos, respectivamente<sup>15</sup>. Além do mais, a audiência do rádio AM corresponde a um público mais adulto, como destacam os pesquisadores João Batista de Abreu Junior e Cida Golin (2008, p. 05), “sabe-se que a maior parte de sua programação é prestigiada por um público adulto, acima dos 40 anos”. Este é um dos motivos pelo qual as notícias locais e nacionais, previsão do tempo e o trânsito são privilegiados pelas rádios que transmitem nessa frequência.

Um fenômeno que colaborou para o aumento da penetração do rádio AM dedicado principalmente à informação foi a possibilidade da criação das redes radiofônicas, desenvolvidas a partir da implantação

---

<sup>14</sup> Pesquisa realizada pelo Mídia dados SP entre julho de 2011 e agosto de 2012, dados disponíveis na edição de 2013. Disponível em: <http://midiadadosrdp.digitalpages.com.br>.

<sup>15</sup> Disponível em: <http://www.ibope.com.br>.

dos satélites. As emissoras cabeças de rede ampliaram sua abrangência, conquistando mais ouvintes e anunciantes. Em contrapartida, as afiliadas passaram a obter uma informação globalizada considerada de qualidade e sem custos.

Quando cogitada a implantação do rádio digital no Brasil, as emissoras do segmento AM puderam considerar uma melhora significativa na qualidade do som das estações.

O rádio AM passará a ter qualidade de FM; a rádio FM terá som de CD. Com qualidade de som estéreo, o AM poderá ampliar o espaço da música na programação. Significa que os arquivos digitais de música não perderão qualidade durante a transmissão. Essa mudança será possível porque a digitalização amplia a quantidade de armazenamento de som, dando maior capacidade de precisão na reprodução da música, o que favorece a apreciação dos ouvintes (DEL BIANCO, 2010, p. 96).

Com a digitalização as rádios em amplitude modulada se tornariam mais competitivas, melhorando os serviços que ainda são deficitários em relação ao FM. Atualmente, as rádios em AM possuem diversos problemas de transmissão, como destaca Carvalho e Pieranti (2010, p. 152): “a banda, muito estreita, não permite a oferta de novos serviços ou significativas melhoras de qualidade no áudio. Apresenta também problemas de propagação, e facilmente o ouvinte perde o sinal em locais como, principalmente, túneis”. Outra dificuldade encontrada por essas emissoras é a redução no número de aparelhos receptores. Hoje, os celulares, MP3, e outros dispositivos móveis só realizam as transmissões em FM, fazendo com que os ouvintes deixem de sintonizar as estações em amplitude modulada.

Há alguns anos, algumas emissoras em AM, principalmente estações maiores, iniciaram a transmissão simultânea da programação

também em frequência modulada. É distribuído o mesmo conteúdo, agregando uma melhoria na qualidade do som e do sinal, reduzindo ruídos e com um aumento na largura na faixa de transmissão que é utilizada por cada emissora. Em Porto Alegre, por exemplo, estações como a Rádio Guaíba e Gaúcha já operam tanto em AM quanto em FM.

Além disso, a partir de um decreto sancionado em novembro de 2013, o Governo brasileiro autorizou as rádios em amplitude modulada migrarem para as faixas em FM. Segundo informações disponibilizadas pelo Ministério das Comunicações, a expectativa do setor é de que as rádios AM recuperem a audiência. De acordo com o divulgado, essas emissoras foram prejudicadas não só pela interferência no sinal de transmissão, mas também porque não podem ser sintonizadas por dispositivos móveis, como celulares e tablets, ou aparelhos mais modernos<sup>16</sup>.

Conforme o Ministro das Comunicações, Paulo Bernardo (outubro, 2013)<sup>17</sup>, há 1.781 emissoras operando em AM no país e estima-se que em até dois anos todas as interessadas terão feito a migração. O decreto n. 8.139, de 7 de novembro de 2013, “dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências”. Este decreto expressa que as estações que migrarem para o FM estarão automaticamente extinguindo o canal em amplitude modulada. Entretanto, segundo o Art. 9º da mesma lei, as emissoras de caráter local que não optarem ou tiverem seus pedidos indeferidos deverão apresentar até o dia 10 de

---

<sup>16</sup>Disponível em: <http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/radiodifusao/migracao-das-radios-am>. Acesso em: 30 abr 2014.

<sup>17</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com>. Acesso em: 15 out 2013.



novembro de 2014 uma solicitação de reenquadramento de suas outorgas para caráter regional.

As executantes do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, cujo pedido for indeferido nos termos do art. 8º, poderão manifestar interesse na alteração das características técnicas de sua estação, acompanhado do estudo de viabilidade técnica correspondente, visando ao reenquadramento da outorga para caráter regional, no prazo de cento e oitenta dias, contado da data do recebimento da notificação.

Até abril de 2014, 1.386 estações fizeram o pedido para migrar do AM para o FM, representando 80% do setor. O número é resultado das sessões públicas realizadas em todas as capitais desde o dia 24 de março<sup>18</sup>. No Rio Grande do Sul, do total de 170 estações que operam em AM, 140 delas fizeram o pedido para migração, segundo dados disponibilizados no dia 30 de março de 2014 pela Associação Gaúcha de Emissoras de Rádio e Televisão (Agert). Conforme verificamos, a Rádio Seberi, uma das rádios analisadas neste trabalho, pediu a migração para a nova a faixa. Já a Luz e Alegria não fez o pedido para mudança de frequência até a finalização desta pesquisa.

Com a conclusão das sessões públicas, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) vai realizar estudos sobre a viabilidade técnica em todos os estados para indicar se há espaço para migração de todas as rádios que fizeram o pedido em cada município. Caso não haja espaço, a Anatel deve averiguar a necessidade do uso da faixa estendida de FM (de 76 MHz a 88 MHz), que seria liberada com a TV Digital.

---

<sup>18</sup>Disponível em: <http://auvaromaia.com/2014/04/10/no-brasil-80-das-radios-am-solicitaram-autorizacao-para-migrar-para-fm/>. Acesso em: 03 mai 2014.

Atualmente, a faixa em frequência modulada vai de 87.9 MHz a 107.9 MHz<sup>19</sup>.

Alguns pesquisadores são contra esta migração, Célio Romais (2013)<sup>20</sup>, por exemplo, acredita que em municípios que possuem grandes extensões territoriais somente uma emissora em AM é capaz de alcançar todos os ouvintes munícipes e vizinhos. As estações em amplitude modulada conseguem atingir as regiões mais remotas onde as FM não chegam devido à sua propagação ser em linha reta. Por isso, aquelas emissoras que não migrarem para a frequência modulada terão que disponibilizar uma programação que corresponda ainda mais aos interesses desse público afastado territorialmente.

O número de emissoras em FM vai aumentar consideravelmente, fazendo com que as rádios se tornem ainda mais competitivas, por isso, elas precisarão oferecer uma programação que se adeque aos interesses do público. As estações que continuarem a transmitir em amplitude modulada também terão a necessidade de modificar suas programações, uma vez que serão minoria no mercado e contarão com um alcance ampliado.

### **1.3 A programação radiojornalística**

O rádio, assim como a televisão, tem na programação o principal diferencial. É ela que distingue uma emissora em relação à outra, sendo estruturada a partir da linha editorial da empresa. A organização da grade de programação leva em consideração, entre

---

<sup>19</sup>Disponível em: <http://www.abert.org.br/>. Acesso: 03 mai 2014.

<sup>20</sup>Mensagem recebida por e-mail em 11/09/2013 às 00h00. Via: [dx@romais.jor.br](mailto:dx@romais.jor.br). Grupo de rádio da Intercom.

outros fatores, as preferências do público, os recursos técnicos, a equipe profissional e o poder econômico da estação. Elsa Moreno e Aurora García (2004) destacam os elementos necessários para criação da identidade da emissora, a partir de sua programação:

Os fatores principais que definem a estratégia para criar uma identidade da emissora, conferindo uma personalidade sonora própria a sua programação é o modelo de rádio eleito, o som exclusivo de emissão que caracteriza o processo de idealização e realização de cada uma das partes e do conjunto da programação, as vozes, e o padrão de estrelas de expressão, os apresentadores, os colaboradores e os ouvintes (MORENO e GARCÍA, 2004, p. 141)<sup>21</sup>.

A partir disso, destacamos alguns conceitos de programação radiofônica elaborados por estudiosos da área. Para Ferraretto (2001, p. 59), a programação é “o conjunto organizado de todas as transmissões de uma emissora, constituindo-se no fator básico de diferenciação de uma rádio em relação à outra”. Corroborando com este conceito, a venezuelana Iris Prieto (2001, p. 09) salienta:

A programação constitui o conjunto de programas que uma rádio oferece para a sua audiência, seja num espaço de transmissão diária ou semanal, estruturado em uma unidade de tempo determinada e com um acúmulo de conteúdos que não são só é o reflexo do estilo da emissora, como também sua ideologia (PRIETO, 2001, p. 09).

Com a criação e propagação do FM, a especialização da programação que já era desenvolvida foi ainda mais realçada. As rádios em amplitude modulada passaram a focar principalmente no jornalismo.

---

<sup>21</sup>Citação original: Los factores principales que definen la estrategia para crear una identidad de la emisora confiriéndole una personalidad sonora propia a su programación son el modelo de radio elegido, el sonido exclusivo de emisión que caracteriza al proceso de ideación y realización de cada una de las partes y del modelo conjunto de la programación, las voces, y el modo de expresión de las estrellas, los presentadores, los colaboradores y los oyentes.

Já as FMs, devido às suas qualidades técnicas, tornaram-se referência na programação musical. Entretanto, no rádio atual esta lógica já não se faz tão presente. Em razão da qualidade das transmissões, diversas emissoras em FM também se especializaram na emissão de notícias.

O FM e as transmissões radiofônicas via satélite colaboraram para a remodelação do meio. A segmentação da audiência foi uma alternativa para a revitalização do rádio. De acordo com Ferraretto (2001, p. 53), a segmentação “significa oferecer um serviço com destinatário definido, buscando também anunciantes adequados a estes ouvintes específicos. Alguns critérios vão referenciar o corte feito na audiência total para ir ao encontro de um público-alvo”. Desta forma, as rádios que eram acostumadas a emitir sua programação coletivamente viram-se estimuladas à reestruturação. Seguindo esta perspectiva, Meditsch (2007, p. 94) destaca: “a segmentação de audiências retira do jornalismo o ideal, até então implícito, de uma audiência universal para suas mensagens”.

Além do mais, para contemplar os diversos perfis de audiência, as emissoras adotam alguns tipos de programação. Ferraretto (2001) classifica a programação de acordo com a forma, trabalhando com três modelos: linear, em que os programas seguem uma linha semelhante; mosaico, constituindo-se de um conjunto eclético de programas, extremamente variados e diferenciados, programação que é comum em emissoras de mercados menos desenvolvidos, por exemplo; e programação em fluxo, que é a forma de fazer rádio estruturada em uma emissão constante de conteúdos, em que se encara toda a programação como um grande programa dividido em faixas bem definidas. Este último modelo é baseado no estilo norte-americano, em que se acredita

que o público renova-se a cada duas ou três horas e as mudanças de uma faixa para a outra são calcadas na troca do âncora ou do comunicador do horário.

Já Prieto (2001) apresenta dois grandes modelos de programação conforme o conteúdo: o generalista, que contempla uma audiência variada, disponibilizando diferentes gêneros ou formatos dentro de uma programação diária ou semanal; e o modelo especializado, aquele que oferece a segmentos específicos da audiência uma programação que se caracteriza por conteúdos monotemáticos, que podem ser musicais, informativos, esportivos ou qualquer outro tipo.

Ainda no que se refere à organização da programação, Meditsch (2007) ressalta que é necessário levar em conta que o rádio é um meio de audição secundária. Ouve-se rádio ao mesmo tempo em que se realizam outras atividades como dirigir, trabalhar, cozinhar etc. A partir disso, o autor salienta:

A articulação da programação de uma rádio à rotina dos ouvintes leva, em primeiro lugar, à definição dos “horários nobres”, com maior concentração de audiência, onde os programas mais importantes – e a publicidade mais cara – serão localizados. Num segundo momento, a partir da constatação de que a disponibilidade de tempo do ouvinte não pode ser padronizada devido às diferenças de rotina e a forma individual de recepção, é abandonada a ideia de “programa”, com começo, meio e fim, herdada da página impressa e do mundo dos espetáculos, e substituída pelo ideal de fluxo contínuo (MEDITSCH, 2007, p. 100).

Entretanto, a compreensão de programação em fluxo, sem começo, meio e fim, não cabe às emissoras locais, de pequenos municípios. Nelas, segue-se a estrutura de programação herdada do impresso, com cada horário e modelo de programa pré-determinados.

De tempos em tempos, as empresas de radiodifusão procuram atualizar sua programação, se não totalmente, ao menos parte dela. Em muitos casos, isso ocorre para atender o interesse da audiência. Em outros, a troca de comunicador ou questões financeiras também se tornam motivos para mudanças na sua estrutura.

Os programas são a estrutura fundamental da grade de uma emissora. A partir deles definem-se os horários, os comunicadores e consequentemente o modelo de programação a ser adotado pela estação. Por isso, Martínez-Costa e Díez Unzueta (2005) ressaltam:

O programa é, portanto, um espaço temporal fechado e autônomo em si mesmo, que envolve as características da programação [...]. O processo tem um percurso que vai desde a ideia do programa, passando pela criação dele, até estar no ar para satisfazer a necessidade do cliente com determinado produto (MARTÍNEZ-COSTA; DíEZ UNZUETA, 2005, p. 158, tradução nossa)<sup>22</sup>.

Ferraretto (2001) divide os programas quanto aos objetivos, indicando que podem ser tanto informativos quanto de entretenimento. Entre os informativos estão: o noticiário, programa de entrevista e de opinião, mesa-redonda e documentário. Correspondem ao formato de entretenimento os seguintes: humorístico, dramatização, programa de auditório e programa musical.

Nesta perspectiva, o espanhol Jose María Legorduru (2004) estabelece outra divisão. Eles podem ser genericamente classificados em radorrevistas, programas informativos, esportivos e outros. Alguns

---

<sup>22</sup> Citação original: El programa es, por tanto, el espacio temporal cerrado y autónomo en sí mismo, que aporta a la cadena de valor de la programación lo [...]. El proceso tiene un recorrido que va desde la idea de programa, pasando por la creación del mismo, hasta supuesta en antena para satisfacer la necesidad del cliente con producto terminado.

pesquisadores identificam os programas de variedades ou radiorrevistas como uma modalidade que engloba a informação e a opinião com o entretenimento (FERRARETTO, 2001; LEGORDURU, 2004). O segundo grupo classificado por Legorduru (2004) corresponde aos programas informativos. São eles que ocupam os principais tempos de uma rádio generalista. Entre eles estão os boletins de notícias, os programas de serviços e os informativos não diários ou especializados. O terceiro representa os esportivos. Eles “têm adquirido com o tempo uma linguagem específica e uma dinâmica característica<sup>23</sup>” (LEGORDURU, 2004, p. 64). Dentro deste conjunto estão os programas noticiosos, as radiorrevistas e as retransmissões de eventos esportivos. Segundo o autor, há um grupo que não se encaixa em nenhuma das divisões anteriores: os musicais, os formativos<sup>24</sup>, dramáticos, de entretenimento e os especializados.

Cabe destacar, ainda, que a maioria das estações não encontrou uma maneira de identificar sua programação levando em conta os conteúdos veiculados. Para Faus Belau (1981), este tipo de classificação é ineficiente, pois, encontraríamos muitas seções de conteúdos diferentes dentro de uma programação. Segundo o autor, “uma classificação programática deve estabelecer-se em função das características do meio (atualidade e universalidade)<sup>25</sup>” (FAUS BELAU, 1981, p. 208). A atualidade refere-se a informações do cotidiano, como clima, trânsito, notícias locais, ou seja, tudo aquilo que diz respeito ao

---

<sup>23</sup> Citação original: han adquirido con el tempo un lenguaje específico y una dinámica característica.

<sup>24</sup> Citação original: Entre los espacios formativos, se pueden identificar los programas especializados en determinadas cuestiones de orden cultural, científico, etc.

<sup>25</sup> Citação original: Una clasificación programática debe establecerse en función de las características del ser del medio (actualidad y universalidad).

dia a dia da audiência. De acordo com o estudioso espanhol, a atualidade está relacionada com a programação informativa.

Para falarmos da programação informativa do rádio é necessário, primeiramente, estudarmos brevemente os gêneros radiofônicos. Os conceitos e discussões sobre os gêneros jornalísticos surgem, inicialmente, no jornalismo impresso. O estudioso Luiz Beltrão (1980) classifica os gêneros como informativo, o qual se caracteriza pela notícia, entrevista, reportagem, história de interesse humano e imagem; o opinativo, que engloba a crônica, a opinião ilustrada, a charge ou ilustração satírica, o artigo e o editorial; e o último, o interpretativo, em que estão, por exemplo, as reportagens em profundidade, livro-reportagens e grandes reportagens.

Seguindo a vertente de Beltrão (1980), Ferraretto (2001) adequa os gêneros propostos pelo autor às características do rádio. Para o pesquisador, “o jornalismo informativo retrata o fato com o mínimo de detalhes necessários à sua compreensão como notícia” (FERRARETTO, 2001, p. 201). Este gênero é predominante no noticiário. O interpretativo, de acordo com autor, “representa uma ampliação qualitativa das informações a serem repassadas ao público. O objetivo é situar o ouvinte dentro do acontecimento” (id.), podendo estar presente no texto manchetado e em entrevistas e debates. Já o gênero opinativo requer um julgamento próprio, seja da empresa ou do jornalista, a respeito de um acontecimento (FERRARETTO, 2001). Pode aparecer no discurso do âncora, nos comentários e nos editoriais.

No entanto, alguns (poucos) estudiosos focam especificamente nos gêneros jornalísticos radiofônicos, como é o caso do brasileiro Andre Barbosa Filho (2009) e dos espanhóis Maria del Pilar Martínez-



Costa e José Ramón Díez Unzueta (2005), diferenciando-os dos trabalhados por Beltrão (1980).

O conceito de gênero sempre esteve atrelado à teoria literária e ao jornalismo impresso. Entretanto, por conta de o rádio ser um meio oral e que possui características próprias, tais definições não representam fidedignamente o veículo radiofônico. De acordo com Martínez-Costa e Díez Unzueta (2005, p. 97, tradução nossa), os gêneros radiofônicos são “modelos de representação da realidade que dão estrutura e ordem aos conteúdos do rádio, para a criação de sentido por parte do emissor e a interpretação de suas mensagens por parte do receptor<sup>26</sup>”. Eles trarão harmonia à linguagem radiofônica, além de possibilitarem tanto para os produtores quanto aos receptores a identificação de um modelo de enunciado. Martínez-Costa e Díez Unzueta (2005, p. 174) enfatizam: “a variedade no uso dos gêneros ajudará também na construção do ritmo interno do programa e proporcionará um elemento de previsibilidade que irá facilitar a comunicação<sup>27</sup>”.

André Barbosa Filho (2009) classifica os gêneros radiofônicos de maneira mais generalista, conforme a perspectiva do público que almeja atingir. Segundo o autor, eles podem ser divididos desta forma: jornalístico, educativo-cultural, de entretenimento, publicitário, propagandístico, de serviço e o especial. Dentro desses grupos é possível determinar os programas a partir do seu formato, pois, ele “representa

---

<sup>26</sup>Citação original: Modelos de representación de la realidad que otorgan estructura y orden a los contenidos de la radio para conseguir la creación de sentido por parte del emisor y la interpretación de sus mensajes por parte del receptor.

<sup>27</sup>Citação original: La variedad en el uso de los géneros ayudará también a la construcción del ritmo interno del programa y aportará un elemento de previsibilidad que facilita la comunicación.

uma espécie de filosofia de trabalho da emissora, marcando a maneira como ela se posiciona mercadologicamente no plano de ideias” (FERRARETTO, 2001, p. 61).

Para Ferraretto (2001), no Brasil, os formatos adotados são divididos em dois grupos, os puros e os híbridos. No primeiro grupo estão os formatos informativo, que engloba o *all News* (100% notícia), *all talk* (opinião, entrevistas e diálogo com o ouvinte) e *talk and News* (mesclando os anteriores); o musical, com transmissão de música com apresentação ao vivo ou gravada, formato preponderante nas emissoras FM e que pode ainda ser subdividido em: musical jovem (público dos 15 aos 25 anos), musical adulto (superior aos 25 anos), musical populeasco (corresponde à classe C); o comunitário, que se volta para uma determinada comunidade; o educativo-cultural, adotado pelas emissoras não-comerciais que buscam formar o ouvinte, estendendo seus horizontes culturais e educativos; e o formato místico-religioso, que se direciona para os grupos religiosos, transmitindo cultos etc. Nas AMs comerciais, por exemplo, o estilo adotado é o populeasco, geralmente praticando o assistencialismo de modo sensacionalista, enquanto as FMs comunitárias, por sua vez, procuram voltar-se aos interesses dos ouvintes, resolvendo problemas do bairro, vilas etc.

O grupo dos híbridos descritos por Ferraretto (2001) engloba os formatos de participação do ouvinte, aquele que mantém uma conversa com o público, focando na prestação de serviços, discussões de problemas da comunidade, usando também elementos do comunitário e informativo; e o modelo música-esporte-notícia, que mistura os formatos informativos e musicais. Geralmente, predominam o jornalismo e o esporte.

Na classificação de Barbosa Filho (2009), ao gênero jornalístico correspondem os seguintes formatos: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, rádiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, esportivo, e divulgação tecnocientífica. O educativo-cultural abarca os seguintes tipos: instrucional, audiobiografia, documentário educativo-cultural e programa temático. No gênero de entretenimento temos o musical, ficcional, interativo de entretenimento, programete artístico, evento artístico e programação musical. Outro gênero classificado por Barbosa Filho é o publicitário, que engloba o *spot*, o *jingle*, o testemunhal e a peça de promoção. Na sequência, temos o propagandístico, que contempla a peça radiofônica de ação pública, programas eleitorais e religiosos. No gênero de serviço estão as notas de utilidade pública, programete de serviço e programa de serviço. A última classificação feita pelo autor é o especial, que contempla o programa infantil e o de variedades.

Dentro dos gêneros e formatos descritos pelos autores acima, focaremos nosso estudo no informativo ou jornalístico, ou seja, na programação radiofônica informativa. Para Faus Belau (1981):

A programação informativa aparece então com uma atuação coerente, sustentada ao longo do tempo, adaptada a técnica de cada momento – jornalística e tecnologicamente falando -, que segue o ritmo dos acontecimentos com a máxima flexibilidade e rapidez, tem seu sentido ligado à prestação de serviço à audiência ao longo dos anos [...] (FAUS BELAUS, 1981, p. 209, tradução nossa)<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup>Citação original: La programación informativa aparece entonces como una actuación coherente, prolongada en el tiempo, adaptada a la técnica de cada momento – periodística y tecnológicamente hablando -, que sigue el ritmo de los acontecimientos con la máxima flexibilidad y rapidez, que tiene su sentido en el servicio prestado a la audiencia a lo largo del años [...].

A vanguarda da programação informativa é a notícia, não no sentido de gênero jornalístico, mas como sinônimo de informação. Gislene Silva (2009, p. 13) conceitua a notícia desta forma: “notícia é a socialização de quaisquer informações de caráter público, atual e singular e que atendam a diferentes interesses”. A partir dessa definição geral, traremos o conceito de notícia de rádio, com base no exposto por Zuculoto (2012, p. 18): “entende-se a notícia radiofônica como aquela estrutura que veicula a informação de forma breve, sucinta, objetiva, com simplicidade na elaboração do texto”. Por se tratar de um meio exclusivamente sonoro, sem a adição de imagens e textos para leitura, a notícia deve ser transmitida de maneira precisa e que seja de fácil compreensão do ouvinte, pois, como já destacamos anteriormente, ele é um meio de atenção secundária, que serve, muitas vezes, de pano de fundo para outras atividades.

Iris Prieto (2001) salienta que a notícia no rádio pode ser apresentada através de diferentes formatos. São eles: flash informativo, em que a notícia é transmitida ao mesmo tempo em que é captada, mas de forma breve e concreta; boletim informativo são notícias breves, transmitidas regular e pontualmente pela emissora dentro do espaço total da programação, seja cada meia hora, uma hora, etc.; em forma de manchete, em que são anunciados brevemente os principais temas que serão tratados no noticiário - uma maneira de chamar o ouvinte para sintonizar posteriormente o noticiário, e o noticiário, que pode ser produzido de duas maneiras, como notícia estrita, divulgando os dados mais importantes da informação, de forma completa, apenas na voz do narrador, sem contar com o apoio de entrevistas. Ou então, como notícia com entrevista, a qual o apresentador transmite os dados mais

importantes, mas é apoiado pelo testemunho, na voz do próprio protagonista do fato, ou de alguma pessoa que esteja relacionada de forma direta ou indireta com o acontecimento.

Independente do formato de veiculação da notícia é preciso que esta seja de interesse da audiência e que esteja elaborada de modo a chamar a atenção do ouvinte para o que está sendo dito. O comunicador tem papel fundamental nesse processo. Ele deve transmitir a notícia de forma agradável e coesa, fazendo com que “a audiência sinta que é uma informação verdadeiramente atrativa e interessante sobre um acontecimento relevante que pode manter sua atenção do início ao fim”<sup>29</sup> (PRIETO, 2001, p. 85).

Além do mais, as emissoras de rádio devem proporcionar uma programação que traga serviços que auxiliem no dia a dia da comunidade. Informações de trânsito, clima e notícias locais e nacionais são primordiais para aproximar ainda mais o público e a emissora.

É na programação jornalística que conseguimos notar algumas das principais características do veículo rádio. Entre elas a mobilidade, já que pode estar presente com mais facilidade no local do acontecimento, principalmente a partir da utilização das unidades móveis e dos celulares. Cunha (2010, p. 6) destaca que a mobilidade tecnológica do rádio está “tanto no suporte para recepção, quanto nas ferramentas que evoluem para narração diretamente do local do acontecimento, como a telefonia celular”. O imediatismo também é uma das características que reflete diretamente na programação, pois os fatos podem ser transmitidos no instante em que ocorrem com o uso apenas

---

<sup>29</sup> Citação original: [...] que la audiencia sienta que es una información verdaderamente atractiva e interesante, sobre un acontecimiento relevante que puede mantener su atención de principio a fin.

de um de celular, por exemplo. Também, a função social, através do serviço de utilidade pública, servindo como agente de informação e formação do coletivo (BARBOSA FILHO, 2009).

Ademais, a partir do conteúdo apresentado na grade de programação é que conseguiremos identificar qual público que a estação busca atingir, seja ele local e regional, estadual, nacional ou global.

## **2 O RADIOJORNALISMO LOCAL NA ATUALIDADE**

Na contemporaneidade, a globalização tem colaborado para a transformação da sociedade, principalmente a partir do progresso tecnológico. Pessoas e mercados são integrados mundialmente, diminuem-se as barreiras geográficas, sociais, culturais e mercadológicas. Octávio Ianni (1995, p. 25) define o processo de globalização como “o cenário da formação e expansão dos mercados, da industrialização, da urbanização e da ocidentalização, envolvendo nações e nacionalidades, culturas e civilizações”.

Esse processo ocorre quando as operações deixam de atingir proporções apenas locais, regionais e nacionais e expandem-se em escala global. A origem da globalização está associada ao desenvolvimento do mercantilismo que aconteceu em meados dos séculos XV e XVI. No entanto, como salienta Thompson (1998, p. 136), “foi nos séculos XVII, XVIII e XIX que o processo de globalização gradualmente se firmou e adquiriu muitas das características que ainda tem hoje”.

O desenvolvimento da globalização no decorrer do século XIX, especialmente no que diz respeito à comunicação, se deu principalmente por conta dos investimentos em novos mecanismos tecnológicos como a criação do telégrafo; o estabelecimento de agências internacionais de notícias; e a formação de organizações internacionais interessadas na distribuição do espectro eletromagnético (THOMPSON, 1998). De acordo com Marcos Santuario (2009, p. 65), “as agências de notícias internacionais retransmitidas por cabo foram a primeira forma significativa dos meios globais”.

No início da trajetória da imprensa, os meios de comunicação passavam por diversas dificuldades para a distribuição e produção de conteúdos, limitando-se à abrangência local, “os jornais e revistas eram escritos exclusivamente para públicos locais, o que, combinado com as barreiras da língua, limitava suas possibilidades de exportação” (SANTUARIO, 2009, p. 65).

Com o decorrer dos anos, a mídia local e nacional começou a investir na universalização das informações, captando e difundindo conteúdos de/para diferentes lugares. Isto vai ao encontro do que aponta Comassetto (2007, p. 43): “os assuntos não se limitam mais aos limites da aldeia, a não ser os da aldeia global, e os noticiários das diversas mídias estão recheados de temáticas e informações que até não muito tempo atrás soariam estranhas ou um tanto deslocadas para a maior parte dos lugares onde são veiculadas”.

Notamos que no jornalismo, por exemplo, a globalização pode ser identificada de diversas maneiras. A partir das parcerias entre grupos de comunicação de diferentes países, envio de correspondentes para o exterior, geração de noticiários/programas de outras nacionalidades através do sistema a cabo e por satélite e, principalmente, com a criação e expansão da internet, o que facilita à sociedade local ter acesso às informações de todo o mundo por meio das redes sociais e sites jornalísticos. Associado a isto, Comassetto (2007, p. 34) enfatiza: “a mídia é um dos setores que melhor incorpora a filosofia dos novos tempos. Chega ao século XXI organizando-se como um sistema verdadeiramente global e consolida como uma das maiores expressões da economia mundial”.



A globalização da mídia tem colaborado para a expansão dos conglomerados, ou seja, empresas unem-se para a formação de grupos comunicacionais que, na maioria das vezes, controlam a comunicação em seu respectivo país com fins principalmente comerciais. De acordo com Moraes (2000, on-line), são assim conhecidos por “operar, ao mesmo tempo, em vários ramos correlatos ou cruzados da indústria global da comunicação”. Entre os exemplos estão as Organizações Globo, que detêm jornais, revistas, produtoras cinematográficas e fonográficas, emissoras de rádios e de televisões no Brasil. Comassetto (2007, p. 66) destaca algumas razões do fortalecimento dos conglomerados de mídia: “a popularização dos satélites e das redes planetárias e a consolidação do modelo concentrador que favorece a expansão do capital organizado não deixam nenhuma região do mundo imune à ação dos meios globais e das grandes cadeias de comunicação”.

Além de tudo, há também a regionalização destes grandes grupos. No Rio Grande do Sul e Santa Catarina tem-se o exemplo do Grupo RBS, que é o maior oligopólio regional do país. O grupo possui 18 emissoras de TV afiliadas à Rede Globo (RBSTV) e duas emissoras locais (TVCOM), além de jornais impressos e emissoras de rádio. A justificativa para formação destes grupos regionais é a aproximação com a comunidade e cultura local, porém o que se observa nas suas atrações é que “o conteúdo midiático é customizado para as culturas locais, mas a produção e o capital são globais” (GROHMANN, 2013, p. 3). Caparelli (1982) chama a atenção para a falta de autonomia das redes regionais em termos de programação, principalmente no diz respeito à televisão:

As Redes Regionais não possuem autonomia em termos de programação. Isso não quer dizer que não tenham programas produzidos pela respectiva emissora-líder. Na verdade, o que ocorre é que tais redes dependem basicamente dos programas gerados pelas redes nacionais, que transmitem em cadeia ou retransmitem posteriormente (CAPARELLI, 1982, p. 94).

Isto acontece, por exemplo, na RBS, que é a emissora-líder no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, mas reproduz em sua maioria, programas gerados pela rede nacional, no caso, a Rede Globo.

Não só o fortalecimento dos conglomerados de mídia é responsável por tornar os meios de comunicação cada vez mais globais. A criação da internet também tem contribuído para a consolidação desse novo padrão midiático. No que tange ao rádio, “o meio enfrenta o seu maior desafio, pela possibilidade de abrangência verdadeiramente global, através da internet” (CORDEIRO, 2010, p. 68). Com a web, os *media* puderam ampliar seu espaço de difusão de informações, criando sites jornalísticos e páginas/perfis nas redes sociais que estão disponíveis para o mundo inteiro. Além disso, os profissionais têm a possibilidade de encontrar informações de todas as partes no ciberespaço.

Na atualidade, notícias locais estão lado a lado com as nacionais e internacionais, rompendo as fronteiras físicas, culturais e sociais, originando um novo fenômeno chamado por muitos autores de *glocalização*. Segundo Roland Robertson (1992), isso significa que ocorre a interação entre a esfera global e local, ou melhor, o que ocorre em âmbito global pode trazer consequências locais. Cebrián Herreros

(2001, p. 139, tradução nossa) completa este raciocínio: “a globalização introduz o local no universal, mas também o universal no local”<sup>30</sup>.

O rádio, desde os anos 20, já fazia transmissões que tinham um alcance global, por meio da propagação em ondas curtas, fazendo com que conteúdos locais fossem difundidos para além das fronteiras territoriais. Para Cordeiro (2010, p. 70): “no que diz respeito à difusão global, o rádio é, de todos, o meio que mais cedo revelou a possibilidade de oferecer emissões mundiais e, atualmente, através da internet, pode desenvolver uma oferta global”. Entretanto, de acordo com a autora, devido às características intrínsecas ao meio, ele consegue associar os fenômenos da cultura popular difundida globalmente com os contextos da cultura local em que o rádio está inserido. Dentro deste ponto de vista, Raddatz (2009) acrescenta:

O rádio, de modo especial, cumpre uma função relevante quanto ao seu aspecto de veículo local com característica do global. Com todas as distâncias que percorre via antena ou via internet, o rádio é um canal entre os cidadãos ouvintes que podem estar no fundo de uma fazenda ou na área urbana, sujeitos diferentes, que denotam a diversidade relativa à sociedade moderna, que fragmenta também o universo da cultura e de suas práticas (RADDATZ, 2009, p. 20).

Mesmo com o extraordinário avanço da globalização há um fortalecimento do local, pois o público continua interessado nas informações da sua comunidade, do seu entorno sociolocal. Comassetto (2007, p. 25) reforça: “paralelo à tendência globalizadora, há um revigoreamento local, como contraponto ao apelo planetário, como fator

---

<sup>30</sup>Citação original: La globalización introduce lo local en lo universal, pero también lo universal en lo local.

de identificação com um público que interessa e merece ser considerado, como diferencial num mercado cada vez mais competitivo”.

Partindo desta contextualização, este capítulo se dedica à discussão do radiojornalismo local na atualidade, pois, como destaca Cebrían Herreros (2007, p. 65, tradução nossa)<sup>31</sup>, “o rádio atual aprofunda os territórios locais e rompe as fronteiras para situar-se em âmbitos mundiais. Junto da localização emerge a globalização. Com os satélites e com a internet o rádio embarca na tendência geral da globalidade”.

## **2.1 A imprensa local e o jornalismo de proximidade**

Para a discussão que envolve o radiojornalismo local, começamos por definir o que é considerado local. Renato Ortiz (1999) traz a seguinte conceitualização:

Quando nos referimos ao “local”, imaginamos um espaço restrito, bem delimitado, do interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas. Ele possui um contorno preciso, a ponto de se tornar baliza territorial para os hábitos cotidianos. O “local” se confunde, assim, com o que nos circunda, está “realmente presente” em nossas vidas (ORTIZ, 1999, p. 59, grifos do autor).

O local aqui abordado é aquele que envolve uma comunidade específica, seu cotidiano, os costumes, o entorno que a cerca. É o lugar de significância para seus habitantes e também para os emigrantes desta

---

<sup>31</sup> Citação original: La radio profundiza en los territorios locales y rompe las fronteras para situarse en ámbitos mundiales. Junto a la localización emerge la globalización. Con los satélites y con Internet la radio se enmarca en la tendencia general a la globalidad.

localidade. Raddatz (2009, p. 5) enfatiza que “o local é significativo, porque é ali que se encontra uma primeira referência do mundo”.

Colaborando para definição de local, Cecília Peruzzo (2006) destaca:

O local se caracteriza como um espaço determinado, um lugar específico de uma região, no qual a pessoa se sente inserida e partilha sentidos. É o espaço que lhe é familiar, que lhe diz respeito mais diretamente, muito embora as demarcações territoriais não lhe sejam determinantes (PERUZZO, 2006, p. 144).

Ortiz (1999, p. 59-60) trabalha com três perspectivas a respeito do local: a proximidade do lugar (em contraste com o distante); a familiaridade (associado a questão das identidades e das raízes históricas e culturais); e a diversidade (é plural, se opõe ao global ou ao nacional apenas como abstração).

Mesmo situadas em um universo global, em que se partilham todos os tipos de mercadorias (alimento, tecnologia, informação, etc.), cada localidade possui as suas singularidades. Ainda que haja semelhanças, o que prevalece são os contrastes, as especificidades locais. Para Raddatz (2009, p. 27), “apesar do antagonismo, na globalização, o mundo tem uma configuração local, porque (o local) pode se transportar para qualquer lugar”.

Como nos demais âmbitos da sociedade, a mídia também possui desdobramentos locais. Há diversos veículos destinados à cobertura deste espaço, pois, este é o lugar que serve de coleta, produção e difusão de notícias. Peruzzo (2005, p. 69) destaca o surgimento dos meios de comunicação como especificamente locais:

Mídia local existe desde que surgiram os meios de comunicação de massa. Historicamente o jornal, o rádio e a televisão, ao nascer, atingem apenas um raio de abrangência local ou regional. Alguns destes meios de comunicação desenvolvem seu potencial de alcance nacional ou internacional, outros permanecem locais (PERUZZO, 2005, p. 69).

Do mesmo modo que são necessários veículos de comunicação destinados à cobertura em âmbito nacional e internacional, há um grande interesse por parte da população de determinada localidade em estar informada dos fatos que as rodeiam. O cidadão sente a necessidade de saber o que ocorre na sua rua, no seu bairro, nas vilas ou no município.

A imprensa local – muito mais do que qualquer outra – conhece a cultura, as diversidades e peculiaridades do seu município e região. Ela fala a linguagem que melhor se ajusta ao seu público, usando as gírias e dialetos daquela comunidade. Busca valorizar os costumes e práticas sociais da comunidade onde se insere, promovendo o diálogo, trazendo as reivindicações e consequentemente, originando um elo de identificação com o público. Santos (2005, on-line) enfatiza que “a mídia local tem um importante papel de construir a identidade cultural de uma determinada região, além de promover a discussão de interesses em comum”. Juliana Ribeiro (2005) traz o exemplo da importância do jornal local para a população:

Independente de sua linha editorial, o periódico regional pode informar o que interessa mais de perto a seus leitores, garantindo assim um processo natural de identificação do leitor com o jornal local. Por estar próximo do cidadão, torna-se um meio facilitador de cidadania, uma vez que, ao tratar de temas diretamente relacionados com o público, permite que a população participe do desenvolvimento local: reclamar dos direitos políticos e administrativos, fiscalizando o poder público (RIBEIRO, 2005, p.48).

Os fatos que estão próximos à comunidade são mais facilmente relatados e assimilados, gerando um debate mais aprofundando pela imprensa e também pela população local. “A informação de caráter local segue sendo a que tem mais impacto entre os habitantes de um mesmo entorno e, também, sobre o território socioeconômico deste lugar” (RODRÍGUEZ, 2008, p. 190, tradução nossa)<sup>32</sup>. O que ocorre, muitas vezes, em alguns meios de comunicação locais, é a veiculação daquilo que Chantler e Harris (1998) chamam de “notícias paroquiais”. Os autores exemplificam desta maneira: uma história a respeito de um gato que sobe na árvore é muito paroquial. A mesma história sobre um bombeiro morto quando tentava capturar o gato não só é uma boa história local, como também é uma notícia de interesse nacional. Em alguns casos isto ocorre, entre outros fatores, devido ao número reduzido de profissionais trabalhando na redação, aos profissionais sem qualificação na área e às alianças políticas, podendo gerar constrangimentos e a ocultação de fatos que seriam relevantes para a comunidade local.

A veiculação de *releases*<sup>33</sup> produzidos pelas assessorias de imprensa também se tornou uma atividade comum no jornalismo do interior. Adriana Santana (2005) define essa prática como “jornalismo cordial”. A autora acredita que o *release* transforma-se em um

---

<sup>32</sup>Citação original: La información de carácter local sigue siendo la que más impacto tiene entre los habitantes de un mismo entorno y, también, sobre el tejido socioeconómico de dicho lugar.

<sup>33</sup>O press-release, ou sua abreviação mais comumente utilizada, o release (numa tradução literal, “liberação”), é o material jornalístico produzido por uma assessoria de imprensa para divulgação de notícias referentes à instituição assessorada, destinada aos veículos de comunicação (SANTANA, 2005, p. 45).

facilitador do trabalho, fazendo com que o profissional consiga dar conta de todas as atividades que lhe são designadas. “A assessoria envia uma matéria para o repórter. Este, por sua vez, não tem tempo hábil para apurá-la. E já que o mote é ‘dormir com matéria é acordar com furo’, a notícia acaba sendo publicada sem a devida apuração” (SANTANA, 2005, p. 149).

Em muitas empresas, principalmente aquelas com escassez de profissionais com qualificação na área, a utilização de *releases* tornou-se um facilitador. Hoje, os e-mails têm colaborado ativamente para essa ação, como destaca Brinca (2012, p. 32): “jornais que funcionam sem ter um único jornalista. Jornais onde não se escreve uma única palavra. Apenas se copia. E agora, com o envio dos comunicados de imprensa por e-mail, basta fazer ‘copiar’ e ‘colar’”. Existem casos em que as próprias assessorias de imprensa reprovam a alteração do texto por parte dos jornalistas e o material que for enviado deve ser disponibilizado na íntegra. Outra prática do jornalismo local é a utilização natural de fontes oficiais pelas empresas de comunicação:

Acrescenta-se, em alguns casos, a opção administrativa de donos de veículos locais, de aceitar com naturalidade o exercício de um jornalismo baseado em fontes oficiais, já que isso garante a sobrevivência do veículo. Nessas condições o jornalismo local deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma “comunidade” (PERUZZO, 2005, p. 81).

A sobrevivência dos canais de comunicação em alguns municípios está atrelada à política. Jornais impressos, por exemplo, são criados e encerram a sua produção conforme a situação política do momento. Isto porque Prefeituras, Câmaras de Vereadores, entre outros segmentos do poder público são, muitas vezes, os responsáveis pela



maior parte da renda do veículo. Por isso, a mídia local torna-se refém do “jornalismo declaratório”, baseado em depoimentos oficiais de fontes públicas ou privadas, tornando, assim, “as assessorias de comunicação como agentes diretos da notícia” (MORAIS, 2005, p. 95).

Em muitas localidades, também há a escassez de profissionais com formação na área, fazendo com que a utilização de *releases* e entrevistas com fontes oficiais se tornem alternativas para preencher esta lacuna. Existe, ainda, uma rejeição por parte dos profissionais graduados em trabalhar nos municípios do interior. Os meios de comunicação situados nestas localidades são considerados atrasados, com maneiras de estruturação do conteúdo e com um poder aquisitivo diferenciadas da grande mídia. Bueno (2013, p. 60) destaca um dos motivos que faz com que os estudantes de comunicação não se interessem em trabalhar nos veículos interioranos:

Não se pode negar o fato de que o estudante de comunicação tem sido condicionado, nos bancos das universidades, por meio das leituras dos manuais de jornalismo e, muitas vezes, pelo contato com os profissionais da grande imprensa, a pensar no jornal do interior como uma realidade superada ou, no mínimo, em plena decadência (BUENO, 2013, p. 60).

Outra limitação encontrada pelos graduados é a rejeição por parte dos proprietários dos veículos de comunicação em contratar profissionais com formação na área. A principal justificativa é o alto custo para manter um jornalista formado. Consequentemente, a maioria dos meios locais raramente possui jornalistas. Quando há a existência deste profissional, se exige do mesmo polivalência, que seja capaz de acumular na sua jornada de trabalho diferentes funções. Em uma pesquisa realizada com profissionais do interior de Santa Catarina,

Fernandes (2003, p. 156) pôde verificar esta incidência: “tanto quanto a má remuneração, a multiplicidade de funções é outro problema nas pequenas redações. Os profissionais pesquisados são repórteres/redatores e editores.”

No entanto, Dornelles (2004) acredita que a imprensa interiorana é um caminho promissor para o profissional. Mas, por sua realidade ainda ser desconhecida pelos recém graduados, sofre certo preconceito, fazendo com que os jornalistas delimitem sua busca à mídia das capitais e grandes centros (SANTOS; CASTRO, 2013).

Outro aspecto a ser considerado sobre os veículos locais é que devido aos avanços tecnológicos atuais, com uma infinidade de recursos disponíveis para apuração, produção e emissão de conteúdos, o público passou a exigir um produto final com mais qualidade. Contribuindo com isto, Almeida (2008, p. 68) ressalta:

O advento da globalização gerou um público carente de informação local e regional, mas que não aceita a forma como esta vem sendo apresentada em grande parte do interior. Esse público quer um veículo com características estéticas, de texto, de formação, enfim, de qualidade em grau equivalente aos produzidos nos grandes centros. Ou seja, desejam informações de seu pequeno universo interiorano, divulgada com seriedade e técnica (ALMEIDA, 2008, p. 68).

Nos meios de comunicação locais não há tanta competitividade em relação ao “furo jornalístico”, pois o número de notícias factuais é, na maioria dos casos, proporcional ao tamanho da comunidade, podendo ser facilmente coberto pelos veículos. Além do mais, há um senso de solidariedade entre os profissionais do interior, em que há troca de

informações. Adelar de Freitas (2014)<sup>34</sup>, comunicador da Rádio Luz e Alegria, afirma que há uma colaboração entre alguns meios de comunicação, onde se buscam conteúdos disponibilizadas em sites jornalísticos de outras empresas da região.

No jornalismo produzido para as localidades é que se prioriza um dos principais critérios de noticiabilidade, a proximidade, considerado por diversos autores como o principal valor-notícia. De acordo com Lage (2001, p. 94), “o raciocínio corrente é de que o homem se interessa principalmente pelo que lhe é próximo”. Na mesma linha de pensamento, Peruzzo (2005, p. 76) reforça o significado de proximidade: “se refere aos laços originados pela familiaridade e pela singularidade de uma determinada região, que têm muito a ver com a questão do *locus* territorial”. Já Duarte (2010) salienta que a proximidade vai além da mídia local e regional, é uma característica transversal ao jornalismo. Mas, mais demarcada neste tipo de imprensa.

Todavia, Yves Agnès e Jean-Michel Croissandeau (apud CAMPONEZ, 2012, p. 36) identificam a proximidade para além da dimensão territorial. Os autores incluem as dimensões temporais, psico-afetivas, socioprofissionais e socioculturais.

---

<sup>34</sup> Entrevista concedida por e-mail por FREITAS, Adelar. Entrevista VIII [12 mai. 2014]. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice H deste trabalho.

Na sua dimensão geográfica, a proximidade pode funcionar numa lógica de criação de interesses e de fragmentação de públicos. Por isso, é também explorada em estratégias comerciais visando franjas de mercado ou as potencialidades dos denominados mercados de confiança, através de técnicas como o geomarketing, entre outras, que incluem a utilização dos órgãos de comunicação social regional e local. A proximidade temporal, por seu lado, estrutura não só o ciclo comercial das notícias, como determina a própria noção de atualidade. Encarada numa perspetiva psico-afetiva, a proximidade possibilita ainda a criação de alguns conteúdos e modelos comunicacionais mais ou menos “intimistas”, apelando aos aspectos mais emocionais, de caráter mais ou menos psicologizante. Nesta polissemia de sentidos, ouvimos editores falar em opções por uma “informação mais próxima” ou em “jornalismo de proximidade, que fala diretamente com as pessoas” (AGNÈS; CROISSANDEAU *apud*, CAMPONEZ, 2012, p. 36).

Principalmente na contemporaneidade, a questão da proximidade nos remete a outras dimensões além da geográfica. A internet é uma das responsáveis por este fenómeno. Com ela, não se tem mais a necessidade de estar fisicamente em determinado lugar para nos sentirmos próximos. Em complementação, Camponez (2002, p. 25) salienta: “apesar das distâncias geométricas, vivemos uma nova sensação de proximidade, assente no conceito de rede e de conexão, onde a noção de marco geodésico fica profundamente perturbada: o centro está aqui e está em todo o lado”.

No jornalismo de proximidade, a figura do jornalista também é realçada. Busca-se um profissional que conheça profundamente os costumes locais e esteja próximo dos cidadãos que ali residem. Camponez (2012, p. 40) lembra algumas especificidades do jornalista local e regional elencados por Christian Sauvage:

1. O jornalista local é uma pessoa preocupada com as consequências do seu comentário;
2. é pouco dado à revelação de escândalos com o intuito de preservar as suas fontes de informação com as quais contata todos os dias;
3. é um generalista sobre as questões da sua região;
4. é uma pessoa bem enraizada na sua região, mantendo um contacto fácil com as pessoas;
5. é um narrador do quotidiano repetitivo;
6. faz um jornalismo de "notáveis", podendo ele próprio tornar-se num notável a prazo;
7. é um profissional mais sério e mais solidário com os seus colegas do que os seus congéneres da imprensa nacional (CAMPONEZ, 2012, p. 40).

É através dele que se cria um elo entre o veículo local e o público, como lembra Beatriz Dornelles (2010, p. 3), “há uma cumplicidade entre a comunidade e o jornalista no que diz respeito à defesa de interesses da comunidade”. O jornalista do interior, além de participar do “quarto poder” - produzindo e emitindo informações referentes à vida local – é um cidadão comum pertencente a esta localidade, buscando, assim como os demais membros da sociedade, saber o que ocorre no dia a dia do seu bairro, município e região. Beatriz Dornelles (2004, p. 38) reforça a capacidade do jornalista do interior em melhor relatar os acontecimentos referentes à sua localidade:

Assim, ao escrever, o jornalista, ao contrário do profissional da capital, conhece “algo a mais” sobre as pessoas que descreve. E, esse “algo a mais” refere-se à personalidade dos moradores da cidade, seus casos de família, os aspectos polêmicos e banais que constituem a história particular de cada um, sua rotina na cidade, as roupas que costuma usar etc. (DORNELLES, 2004, p. 38).

O jornalista é um indivíduo facilmente reconhecido na imprensa do interior, compartilha dos mesmos hábitos e anseios da comunidade que ali reside, por isso, o jornalismo investigativo torna-se uma prática

quase que inviável. Isto ocorre principalmente pelo fato do jornalista estar comprometido com determinadas fontes de informações, por isso, veicular determinadas notícias pode trazer tanto prejuízos econômicos para o veículo quanto pessoais e profissionais para o jornalista.

Beatriz Dornelles aponta, ainda, que os leitores do interior têm uma afeição especial pelo jornalista, sendo comum a sua presença em casamentos, aniversários, velórios e outras situações. Para a autora:

Esta situação, no entanto, quase que impossibilita o jornalismo investigativo no Interior do Estado quando autoridades ou lideranças estão envolvidas em irregularidades. Os jornalistas preferem deixar este trabalho para os correspondentes de jornais da grande imprensa. Os detalhes só são divulgados após a condenação do réu por um Tribunal (DORNELLES, 2005, p. 4).

Outro aspecto realçado no jornalismo local é a facilidade de contato do jornalista com as fontes de notícias.

[...] frequentemente o profissional é procurado por diversas fontes que o abastecem com informações do que ocorre na cidade. É convidado para participar de inúmeros eventos, dos mais expressivos aos mais singelos, onde pode atualizar-se sobre os fatos. Representantes de sindicatos, associações, clubes esportivos, escolas, associações de moradores, cidadãos preocupados com os problemas de sua comunidade, enfim, os atores ativos do organismo social veem no jornalista o canal para veicular informações que consideram importantes para a comunidade (FERNANDES, 2003, p. 168).

O modo como os jornalistas do interior relatam os fatos locais também os diferem dos profissionais dos grandes centros. O uso de uma linguagem coerente com a realidade local contribuirá com o sucesso de determinado veículo de comunicação. No caso do rádio, a linguagem

local ganha ainda mais força, a partir do sotaque expresso na voz, emprego de gírias e utilização de músicas locais e regionais.

## 2.2 O rádio local

Desde o início de sua trajetória, o rádio já um olhar voltado ao seu entorno. Renato Ortiz (1988, p. 54), lembra que “em São Paulo, nas décadas de 30, 40 e 50, o rádio já tinha características locais, se pautando segundo um padrão regional”. Os seus aspectos técnicos e sociais o remetiam a condição.

Ainda hoje, em muitos municípios, principalmente os de pequeno porte, a estação de rádio é o único meio de comunicação responsável pela produção e transmissão dos conteúdos locais. Cebrián Herreros (2001, p. 146, tradução nossa) traz o seguinte conceito a respeito do rádio local:

Rádio local é aquele que atende aos interesses, responde aos gostos e necessidades de serviços de comunicação. Está centrado na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre no exterior e que tenha repercussão na vida comunidade (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p. 146)<sup>35</sup>.

Barbeito Veloso e Crespo Haro (1998) destacam que o conceito de rádio local vai muito além da sua área de abrangência, estando intrinsecamente ligado a outras questões:

---

<sup>35</sup>Citação original: Una radio que atiende los intereses, da respuesta a los gustos y necesidades de servicios de comunicación. Se centra en la vida social, económica, política y cultural de la demarcación o bien en todo cuanto se genera en el exterior con repercusiones en la vida de la localidad.

Geralmente falamos de rádios locais quando nos referimos a emissoras que difundem sua programação em um âmbito de cobertura reduzido. Contudo, o conceito de local vai além, uma vez que misturam-se não só parâmetros geográficos como também políticos, jurídicos, e, sobretudo, culturais (entendidos como a identificação cultura de uma comunidade diante a outra) (BARBEITO VELOSO; CRESPO HARO, 1998, on-line, tradução nossa)<sup>36</sup>.

Contribuindo com isto, Martinez-Costa (2009, p. 331, tradução nossa) identifica as emissoras locais de tal forma: “podem ser classificadas como aquelas emissoras que oferecem vinte e quatro horas de programação própria – podendo ser comerciais ou públicas – e emissoras pertencentes, associadas ou afiliadas a uma cadeia – também podendo ser privadas ou públicas”<sup>37</sup>.

Pesquisadores brasileiros também trabalham com a definição de rádio local. Segundo Zuculoto (2012):

O rádio local, aquele que foca quase toda sua programação em informações da sua cidade e localidades próximas ou de seu estado e região, é o que ouvimos principalmente nas pequenas e médias emissoras que não integram redes ou que participam no máximo de redes regionais (ZUCULOTO, 2012, p. 162).

Maria Cláudia Santos (2010) completa trazendo categorias a respeito das estações locais:

---

<sup>36</sup>Habitualmente solemos hablar de radios locales cuando nos referimos a emisoras que difunden su programación en un ámbito de cobertura reducido. Sin embargo, el concepto de local va mucho más allá, puesto que en él se entremezclan parámetros no sólo geográficos sino también políticos, jurídicos, y, sobre todo, culturales (entendidos como la identificación cultural de una comunidad ante otra.

<sup>37</sup>a radio local puede clasificarse en aquellas emisoras que ofrecen veinticuatro horas de programación propia – pueden ser de titularidad comercial o publica – y las emisoras pertencientes, asociadas o afiliadas a una cadena – también pueden ser de titularidad privada o publica.



A categoria geográfica deve ser entendida como a localização da própria estrutura física da emissora radiofônica. Quanto mais perto de sua audiência estiver localizada a rádio, mais ela será objeto de interesse de seus ouvintes. Já a proximidade cultural significa ter uma mesma origem social e cultural da população, não sendo estranha a ela. No rádio, assim como em outras mídias, o investimento nos acontecimentos de proximidade é uma aposta na força dos laços identitários. As informações locais dotam o morador de um diferencial em sua rotina (SANTOS, 2010, p. 7).

Os ouvintes das emissoras locais buscam o relato dos acontecimentos da sua realidade mais próxima e que seja feito de acordo com a linguagem específica desta localidade, demonstrando os seus traços culturais a partir da língua. Fazer uma programação com a linguagem, os costumes, enfim, a cultura divergente ao da comunidade local é sentenciar a recusa dos ouvintes pela estação. Por isso:

O rádio é um reflexo da cultura do seu entorno e fomento da cultura oral do lugar. Fundamenta sua capacidade comunicativa no idioma da comunidade dos ouvintes. [...] Fala o idioma dos ouvintes, emprega seus léxicos, sua morfologia, suas gírias e incorpora todo o potencial fonético de cada comunidade. A palavra oral do rádio se converte em um valor cultural da comunidade<sup>38</sup> (CEBRÍAN HERREROS, 2007, p.54).

Além do mais, o foco principal das rádios locais são os acontecimentos gerados na sua comunidade e região, que são considerados de interesse da maioria que vive nesses respectivos lugares. Por isso, muitas vezes, fatos de relevância universal são

---

<sup>38</sup>La radio es un reflejo de la cultura del entorno y fomento de una cultura oral del lugar. Fundamenta su capacidad comunicativa en el idioma de la comunidad de oyentes. [...] Habla en el idioma de los oyentes, emplea su léxico, su morfología, sus giros e incorpora todo el potencial fonético de cada comunidad. La palabra oral de la radio se convierte en un valor cultural de la comunidad.

evitados por essas rádios. Dornelles (2010, p. 6) destaca a política editorial de alguns meios interioranos: “[...] dá destaque aos acontecimentos locais, praticamente desprezando o noticiário estadual, nacional e internacional”.

Nas emissoras locais, uma programação jornalística produzida e voltada especificamente ao interesse da sua comunidade - aliando entrevistas, debates e prestação de serviços – é o que as diferenciam das demais rádios.

A força do jornalismo numa emissora de rádio local é o instrumento que dá a ela a sensação de ser verdadeiramente local. Estações de rádio locais que querem atingir grande audiência e ignoram o jornalismo correm riscos. Num mercado cada vez mais disputado, o jornalismo é uma das poucas coisas que distinguem as emissoras locais de todas as outras (CHANTLER e HARRIS, 1998, p. 21).

No jornalismo radiofônico, não basta apenas a reprodução dos acontecimentos veiculados nos jornais locais ou disponibilizados pelas assessorias de imprensa. O diferencial das rádios frente aos demais meios de comunicação locais envolve as características do veículo radiofônico, como a instantaneidade, o imediatismo, a linguagem oral, etc. De acordo com Heródoto Barbeiro (1989, p. 10), “a pauta do radiojornalismo deve ter condições de colocá-lo à frente dos demais meios de comunicação. Se não houver, o rádio perde sua característica de agilidade, imediatismo e instantaneidade”. O autor enfatiza ainda:

Não se pode mais apoiar na fonte do jornalismo impresso, no antigo “gilete-press”. Recortar notícias dos jornais e lê-las no ar. O radiojornalismo tem que estar sempre à frente dos jornais. Nunca a reboque. O rádio repercute hoje as notícias que o jornal vai publicar amanhã (BARBEIRO, 1989, p. 10).

Tal observação nos remete às considerações de Bertolt Brecht, nos anos 20. O dramaturgo, poeta e teórico recomendava aos diretores artísticos do rádio uma série de sugestões. Em uma delas, ele adverte que o rádio não deve limitar-se à reprodução ou simples informação do acontecimento. Para ele, isto é chamado de jornalismo de natureza adjetiva, e se diferencia do jornalismo de natureza subjetiva, que pressupõe a transmissão ao vivo, a emissão direta, feita simultaneamente ao acontecimento.

Além disso, vocês podem preparar, diante do microfone, em lugar de resenhas mortas, *entrevistas* reais, nas quais os interrogados têm menos oportunidade de inventar esmeradas mentiras, como podem fazer os periódicos (BRECHT, 2005, p. 37)<sup>39</sup>.

Nessa perspectiva, Chantler e Harris (1998, p. 22) destacam que “o noticiário da rádio local não é uma versão sonora dos jornais locais, acima de tudo, por uma questão de espaço”. O rádio trabalha com o sentido da audição, por isso, a notícia deve ser dada de maneira sucinta, para que o ouvinte possa assimilar rapidamente o que está sendo dito. Informações longas e dotadas de vocabulários complexos não serão captadas com a devida precisão. Ainda, o meio radiofônico representa muito mais que “o primeiro a dar a notícia” (PRADO, 1989, p. 27), com recursos que trazem profundidade à informação.

Além de transmitir o mais rapidamente possível os acontecimentos atuais, pode aumentar a compreensão pública através da *explicação* e *análise*. Este aprofundamento dos temas conta no rádio com a vantagem de poder ser exposto pelos seus conhecedores, sem passar pela peneira dos não conhecedores – neste caso os jornalistas – que apenas dariam a forma comunicativa adequada ao meio (PRADO, 1989, p. 28).

---

<sup>39</sup>Texto publicado originalmente em 25 de dezembro de 1927, no Berliner Börsen-Courier sob o título: “Podem os programas radiofônicos ser mais artísticos e mais atuais?”. Tradução feita por Regina Carvalho e Valci Zuculoto.

Por focarem principalmente em um determinado público, as emissoras locais ganham destaque perante os ouvintes: “[...] como as rádios de cobertura nacional não dão a mesma atenção noticiosa nos seus programas a temas de certa especificidade local, cabe às emissoras de menor dimensão fazê-lo. As rádios locais aparecem assim como uma necessidade das populações” (FLICHY, 1981 apud BONIXE, 2012, p. 22). Mesmo que cada vez mais a população se interesse por informações que ocorram em todo mundo, a atenção principal continua voltada para o seu ambiente mais próximo, como expressam Peruzzo e Volpato (2009, p. 1): “paradoxalmente, apesar do fascínio pela informação internacionalizada e pela aparente homogeneização de valores, revitaliza-se o apreço pelo local, pela comunidade, pelo familiar”.

Numa sociedade em que a comunicação está sujeita ao diálogo mediado pelas tecnologias (computador, *laptops*, dispositivos móveis, etc.), muitas vezes as notícias que poderiam ser obtidas na esquina de casa agora são recebidas através dos sites e redes sociais das próprias emissoras de rádio. A inserção das rádios locais na internet, fez com que os emigrantes de determinadas regiões pudessem ter acesso às informações locais mesmo estando a longas distâncias.

Graças ao rádio local pela internet os emigrantes de determinado lugar podem continuar em contato com tudo que acontece em sua localidade e origem, e, ainda, conversar com seus ex-vizinhos, participar de diálogos e debates que enriquecem a vida local com a experiência de vida que cada um desenvolve em outros lugares. É também uma maneira de revitalizar o local com a experiência dos moradores em outros lugares<sup>40</sup> (CEBRIÁN HERREROS, 2007, p.66).

---

<sup>40</sup>Gracias a la radio local por Internet los emigrados de tal lugar pueden seguir en contacto con todo cuanto acaece en su localidad de origen y, además, conversar con sus anteriores vecinos, participar en el diálogo y en los debates y enriquecer la vida

Ademais, a criação de canais on-line por parte das estações locais tem feito com que estas emissoras se tornem fontes de notícias para outras rádios e demais veículos de comunicação locais, regionais, estaduais e até mesmo nacionais. Por outro lado, as estações locais também acabam por abordar assuntos veiculados em outros meios, principalmente de abrangência nacional e internacional.

Devido a uma maior facilidade na obtenção e difusão de conteúdos globais, uma atividade comum nos veículos de comunicação locais é a emissão, na íntegra, das informações transmitidas na grande imprensa e na internet sem a devida adequação e apuração do conteúdo, além da ausência de citação da fonte. Esta prática, além de configurar plágio, faz com que a produção e transmissão de conteúdos locais/regionais sejam reduzidas. Peruzzo (2005, p. 81) salienta: “[...] é muito comum existir a tendência de a mídia local reproduzir a grande-imprensa, ao imitar o estilo de tratamento da informação ou dedicar amplos espaços para notícias nacionais e internacionais”.

Desde o início de sua trajetória, o rádio é considerado o “primo pobre” dos meios de comunicação. Mesmo sendo o segundo veículo midiático mais utilizado pelos brasileiros<sup>41</sup>, possui poucos jornalistas atuando neste mercado, ocasionando a escassa produção e difusão de conteúdos jornalísticos próprios. Nas emissoras pequenas, fatores como a baixa remuneração, a falta de perspectiva de crescimento profissional e a utilização de materiais prontos disponibilizados por agências de

---

local con la experiencia vital que cada uno desarrolla en otros lugares. Es también una manera de revitalizar lo local con la experiencia vivida por los lugareños en otros espacios.

<sup>41</sup>Informação divulgada pela Pesquisa Brasileira de Mídia – 2014. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/BlogDoPlanalto/pesquisa-brasileira-de-mdia-2014>. Acesso em: 13 mar 2014.

notícias, assessorias de imprensa e pelas cabeças de rede colaboram para a ausência de jornalistas nas redações. Além disso, a falta de fiscalização por parte dos órgãos responsáveis, como o Ministério das Comunicações, colabora para essa eminência. Conforme Sant’Anna (2008):

Diversas são as causas da ausência de jornalistas no rádio brasileiro. Inicialmente, não existe fiscalização da Anatel no cumprimento da programação jornalística mínima de 5%. Segundo, sem a obrigação da regionalização da produção, entre os grandes grupos, que têm melhores condições econômicas de contratação, predomina o sistema de redes nacionais (SANT’ANNA, 2008, p. 78).

Em muitos casos, como acrescenta Sant’Anna (2008, p. 76): “existem profissionais atuando voluntariamente, sem remuneração, principalmente junto a emissoras ou programas vinculados a movimentos sociais/religiosos; ocorrendo, até mesmo, a ausência pura e simples de jornalistas”.

Como já vimos na seção anterior, a mídia local possui forte relação com as assessorias de imprensa. No caso do rádio, essa realidade não é diferente e costuma ser ainda mais predominante, como destaca Sant’Anna (2008, p. 77): “a imprensa radiofônica, dentre os diversos campos midiáticos, é a que mais se alimenta com as informações pré-produzidas pelas fontes”. Isto, entre outros fatores é resultado da escassez de radiojornalistas e da venda de espaços na grade das emissoras para instituições públicas e privadas com a finalidade de arrecadar fundos para a estação.

Como veremos no próximo tópico, atualmente, o radiojornalismo tem utilizado outros tipos de fontes, disponíveis principalmente no ambiente on-line.

### **2.3. A apuração e captação jornalística na internet**

Desde a criação e potencialização da internet o jornalismo tem passado por importantes adaptações tecnológicas. Isto tem interferido consideravelmente na rotina profissional dos jornalistas e na produção e difusão de notícias.

Cada nova tecnologia tem implicado na história dos meios de comunicação de massa. O rádio, por exemplo, tem sua trajetória e funcionamento totalmente ligados aos progressos tecnológicos. O telégrafo, o transistor, a criação do FM e a implantação dos satélites são alguns dos avanços que marcam o desenvolvimento do meio radiofônico.

A internet, com todo o seu potencial de abrangência e difusão de conteúdos, além de dispor de uma infinidade de recursos que auxiliam na produção, edição e transmissão, se tornou um dos principais instrumentos para a sobrevivência das emissoras de rádio. Nesse sentido, Agnez (2011, p. 66) enfatiza: “a internet, a princípio, tornou-se uma poderosa fonte para a produção de informações jornalísticas, mas logo passou a organizar e a estruturar todas as etapas: apuração, composição, edição e circulação”. Ainda nesta perspectiva, Elias Machado (2003, p. 22-23) destaca dois diferentes tipos de uso das redes telemáticas:

No primeiro, as redes são concebidas como ferramenta auxiliar para elaboração de conteúdos para os meios clássicos, ainda abastecidos com métodos clássicos de coleta de dados, enquanto que, no segundo, todas as etapas do sistema jornalístico de produção – desde a pesquisa e apuração até a circulação dos conteúdos – estão circunscritas as fronteiras do ciberespaço.

Somado a isto, a convergência midiática tem feito com que os meios jornalísticos passassem a repensar e reconfigurar o modo com que o público obtém e absorve os produtos fornecidos por tais veículos de comunicação. A internet tornou-se um recurso extra para as rádios. Assim como pela antena, as estações fazem suas transmissões também via *streaming*, através dos seus websites. Em suas páginas na internet, as emissoras veiculam, ainda, materiais em texto, fotos e vídeos. As páginas nas redes sociais também são atrativos disponibilizados pelas rádios e acessíveis no ambiente on-line. Bonixe (2011, p. 30) complementa: “o jornalismo radiofônico tem que chegar aos indivíduos já não apenas através da sua forma tradicional. A rádio informativa está na Internet, nos dispositivos móveis, nas redes sociais e é aí que terá que continuar a ser importante para os cidadãos”.

Dispositivos tecnológicos – computadores, laptops, tablets, celulares, etc. –, interligados à rede, fazem parte de toda a estrutura das emissoras, desde os recursos técnicos de transmissão até a comunicação interna dos profissionais.

Ao integrar a rede informatizada da redação, a influência da Internet pode ser percebida na reorganização de funções, distribuição de tarefas, fixação de rotinas; no processamento de textos, coleta de informação e recepção; na forma de embalar o produto, armazenagem, manejo do texto; na relação com as agências de notícias, na checagem da produção do concorrente; no modo como possibilita corrigir e se certificar quanto veracidade de uma informação; na organização das mesas de trabalho na redação a partir de pontos de conexão com a rede; no acesso individual do computador e rede interna de dados; no tráfego e transporte de dados no ambiente da redação (DEL BIANCO, 2004, p. 4).



Cabe destacar, ainda, que o rádio tem como uma de suas principais características a instantaneidade e, com a facilidade de circulação e consumo da informação na internet, este aspecto tem sido otimizado. O rádio se apropria de conteúdos de diferentes lugares que estão disponíveis on-line e veicula instantaneamente nas estações, não sendo necessária a inserção de imagens ou criação de textos, como ocorre em outros veículos tradicionais. Lopez (2009) aponta para a presença da internet em diversas etapas da construção da notícia:

Desde a produção até a edição feita no palco dos acontecimentos e enviada via internet para a redação ou diretamente para o site da emissora, as tecnologias assumem hoje um papel de revisoras do fazer jornalístico em rádio. As distintas etapas do processo ficam mais organizadas, rápidas e facilitadas para o comunicador, atribuindo agilidade ao seu trabalho (LOPEZ, 2009, p. 39).

Com as tecnologias atuais, como a internet 3G<sup>42</sup>, por exemplo, o repórter já não tem mais a necessidade de se deslocar até a redação para produzir a notícia, é possível fazer e transmiti-la do local do fato. Áudios, fotos, textos e vídeos podem ser enviados rapidamente pelos celulares, lap tops e demais dispositivos.

Além do mais, com os recursos disponíveis na internet como o e-mail, as redes sociais e os próprios sites das estações, o rádio tem se tornado um meio ainda mais interativo. O contato com os ouvintes, com as agências de notícias e com as demais fontes jornalísticas está sendo

---

<sup>42</sup>Refere-se à internet móvel de terceira geração. O sinal é transmitido através de um chip igual ao utilizado em celulares, instalado em um mini-modem USB capaz de captar o sinal e transmiti-lo ao computador através de uma porta USB. O chip 3G também pode ser usado em um celular que suporte essa tecnologia, tornando possível acessar a internet de alta velocidade, vídeo chamadas, sinal de TV por assinatura e transferir qualquer tipo de informação através da internet igual a um computador. Disponível em: <http://mictecinformatica.com/>.

ampliado e simplificado a partir desses novos mecanismos de comunicação. Por essa condição, alguns profissionais tendem a deixar de lado a apuração de campo e já não se fazem mais presentes no palco dos acontecimentos. Isto torna algumas informações limitadas, sem as devidas sensações e observações que só poderiam ser relatadas com excelência a partir do contato direto do repórter com a fonte ou o fato. Pois, como destaca Pereira Junior (2006, p. 73): “a apuração é a espinha dorsal do trabalho jornalístico”.

Um efeito disso foi o surgimento de um novo modelo de profissional, o “jornalista sentado”. Erik Neveu (2001, p.7 apud PEREIRA, 2004, p. 96) define como “[...] um jornalismo mais orientado ao tratamento (formatação dos textos de outros jornalistas, gênero editorial ou comentário) de uma informação que não é coletada pelo próprio jornalista”. Diferenciando-se do “jornalista em pé”, que mantém o contato diretamente com a fonte, participando de todas as etapas da construção da notícia, desde a apuração até a edição final.

O aumento no número de “jornalistas sentados” é favorecido pela disponibilidade de materiais produzidos por agências de notícias, assessorias de imprensa e a busca de informações em sites/portais jornalísticos de todo o mundo. Além do mais, “com a pressão do tempo e as facilidades de localizar todo tipo de informação pela internet, por meio de bancos de dados ou agregadores de conteúdo, os jornalistas também estão reduzindo o procedimento de apuração ao computador, ou a poucos contatos telefônicos” (AGNEZ, 2011, p. 70). Corroborando, Lopez (2009, p. 39) reforça: “Desta forma, ao referenciar-se em meios de comunicação tradicionais e não buscar análises ou opiniões em fontes alternativas, oficiosas, a internet acaba se tornando, para as rádios, um

potencializador do *gilette press* na rotina das redações”. Essa realidade tem tornado o radiojornalismo local um mero repetidor de informações. Com o intuito de satisfazer as fontes e a gestão da emissora, muitas vezes, acaba por esquecer o principal interessado pelo conteúdo que é transmitido, o ouvinte. O consumidor da notícia radiofônica fica limitado a ouvir informações patrocinadas com pouco ou quase nada de conteúdo essencialmente jornalístico.

Por outro lado, Elias Machado (2003, p. 31) acredita que a internet tem auxiliado para o aprofundamento da apuração jornalística:

O jornalismo nas redes promove uma inversão no processo tradicional de notícias porque o repórter antes de sair em perseguição de uma personalidade qualquer para recolher uma declaração sobre determinado fato deve empreender um levantamento dos dados necessários para elaborar a notícia ou reportagem. Enquanto no jornalismo convencional, muitas vezes, a notícia consiste na própria declaração, o jornalismo nas redes possibilita que a declaração seja um elemento que reforça a credibilidade da notícia, quando permite aos envolvidos o direito de expressar comentários sobre o caso.

Antes da realização de uma entrevista, por exemplo, o jornalista pode se basear em informações sobre determinada pessoa ou fato disponibilizadas na rede. Desta forma, os questionamentos serão mais aprofundados. Além de tudo, fontes de notícias que há alguns anos só poderiam ser acionadas por meio do contato telefônico ou pessoalmente, agora são facilmente encontradas na rede.

Para discutirmos a utilização das fontes no ciberespaço é necessário, antes de tudo, tratarmos da definição de fonte de notícias. Para tanto, abordaremos a sua diferença em relação à fonte de informação. Embora muitos estudiosos as identifiquem como sinônimos,

Aldo Schmitz (2011, p. 09) as trata como opostas: “é preciso diferenciar ‘fonte de informação’ de ‘fonte de notícia’, no sentido de que qualquer informação está disponível a alguém. Já a fonte de notícia necessita de um meio de transmissão, de um mediador que faça circular o seu conhecimento ou saber”. Por isso, no jornalismo, o que existe são as fontes de notícias, que servem para afirmar ou confirmar o que está sendo transmitido para o público.

Quando se refere à definição de fontes de notícias, Schmitz (2011, p. 9) recorre ao conceito elaborado por Herbert Gans (1980), que assim as classifica: “como as pessoas que os jornalistas observam ou entrevistam e quem fornece informações ou sugestões de pauta, enquanto membros ou representantes de um ou mais grupos (organizados ou não) de utilidade pública ou de outros setores da sociedade”. No entanto, Raúl Clauso (2007, p. 204, tradução nossa) as vê de outro modo: quando os jornalistas falam das fontes, habitualmente se referem a pessoas de carne e osso que proporcionam dados reveladores de acontecimentos. Mas elas não são únicas; as notas jornalísticas são igualmente nutridas através de numerosas vias e que genericamente também recebem aquela denominação<sup>43</sup>. Independentes de como as fontes são consultadas pelos jornalistas, elas são elementos fundamentais para a construção de uma notícia. A não utilização de dados e/ou depoimentos que justifiquem o que está sendo contado transforma a notícia em uma história, tornando-a sem credibilidade e fora do contexto jornalístico.

---

<sup>43</sup> Cuando los periodistas hablan de las fuentes, habitualmente se refieren a personas de carne y hueso que proporcionan datos reveladores de acontecimientos. Pero no es lo único; las notas periodísticas son igualmente nutridas a través de numerosas vías y que genéricamente también reciben aquella denominación.

Alguns autores dedicaram seus estudos às fontes jornalísticas. Entre eles estão Stuart Hall et al (1978), Herbert Gans (1980), Nilson Lage (2001), Francisco Sant’Anna (2009), Manuel Chaparro (2009) e Aldo Schmtiz (2011). Chaparro (2009) classifica as fontes no jornalismo em sete tipos: *fontes organizadas* são organizações que produzem conteúdos noticiáveis com grande competência e utilizam a notícia como forma de ação; as *informais* falam apenas por si; *aliadas* são os informantes que mantêm uma relação de confiança com os jornalistas; *de aferição* são especializadas em certos temas e cenários; *de referência* são entendidas como pessoas sábias ou instituições detentoras de um conhecimento; *documentais* referem-se a documentos de origem confiável e identificada; e *bibliográficas*, que abrange livros, teses, artigos etc. (CHAPARRO 2009). Já Lage (2001) as classifica como oficiais, oficiosas e independentes.

As fontes oficiais são mantidas pelo Estado, por instituições que preservam algum poder do Estado, como as juntas comerciais e os cartórios de ofício; e por empresas e organizações, como sindicatos, associações, fundações etc. Fontes oficiosas são aquelas que, reconhecidamente ligadas a uma entidade ou indivíduo, não estão, porém, autorizadas a falar em nome dela ou dele, o que significa que o que disserem poderá ser desmentido. Fontes independentes são aquelas desvinculadas de uma relação de poder ou interesse específico em cada caso (LAGE, 2001, p. 63).

A mais utilizada entre as fontes citadas acima são as oficiais, pois são consideradas detentoras de informações que interessam o público. Entretanto, Lage (2001) adverte que estas podem falsear a realidade para manter os seus interesses, do grupo ou instituição a que servem.

Schmitz (2011, p. 23) elaborou uma matriz de classificação das fontes de notícias. Segundo o autor, todas as fontes são *primárias* ou *secundárias*. A *primária* é aquela que fornece o principal de uma matéria, como os fatos, versões e dados, estando próxima ou na origem do fato. Já a segunda categoria, de acordo com Schmitz (2011, p. 24), é aquela que “contextualiza, interpreta, analisa, comenta ou complementa a matéria jornalística, produzida a partir de uma fonte primária”. Além disso, o autor divide essas fontes em oito grupos: *oficial*, *empresarial*, *institucional*, *popular*, *notável*, *testemunhal*, *especializada* e *referência*.

A fonte *oficial* é aquela em função ou cargo público que se pronuncia por órgãos mantidos pelo Estado e preservam os poderes constituídos, bem como organizações agregadas. A *empresarial* representa uma corporação empresarial seja da indústria, comércio etc. Geralmente seus atos têm interesse comercial e sua relação com a mídia busca preservar ou promover sua imagem. A *institucional*, que representa uma organização sem fins lucrativos ou um grupo social, buscando a mídia para sensibilizar e mobilizar ou o seu grupo social ou a sociedade como um todo e o poder público para defender uma causa. A *popular*, que se manifesta por si mesma, geralmente, uma pessoa comum, não fala por nenhum tipo de organização ou grupo. Ela aparece como uma vítima, cidadão reivindicador ou testemunha. A fonte *notável* são pessoas que se destacam pelo seu talento ou fama, geralmente artistas, escritores, esportistas, profissionais liberais, personalidades políticas, que falam de si e de seu ofício. A *testemunhal*, por sua vez, representa aquilo que viu ou ouviu, como participante ou observadora. Já a *especializada* é a pessoa de notório saber específico ou organização detentora de um conhecimento reconhecido. Normalmente está

relacionada a uma profissão, especialidade ou área de atuação. Por fim, a fonte de *referência* é relativa à bibliografia, documento ou mídia que o jornalista consulta.

Ainda, o autor destaca que as fontes agem conforme sua conveniência, podendo ser *proativas*, produzindo e oferecendo notícia pronta, ostensiva e antecipadamente; *ativa*, que agem ativamente, criando canais de rotinas (entrevistas exclusivas ou coletivas, releases, mídias sociais etc.) e material de apoio à produção de notícia, facilitando e agilizando o trabalho do jornalista; *passivas*, que são aquelas como as de referências (bibliográficas, documentais e mídia), que estão disponíveis para o jornalista consultar; *reativas*, pessoas e organizações que agem discretamente, sem chamar a atenção da mídia (*low profile*) ou para evitar a invasão de sua privacidade, mesmo sendo notórias e detentoras de informações relevantes e de interesse público, pois acreditam que a imprensa só busca notícias ruins ou sensacionalistas (SCHMITZ, 2011).

Hoje, podemos encontrar essa multiplicidade de fontes também no ambiente on-line, como evidencia Lopez (2009):

Na internet, as fontes de informações variam. Passam, da mesma forma como as fontes tradicionais, pela classificação entre, fundamentalmente, oficiais e oficiosas. Entretanto, pode-se dizer que, neste ambiente, as fontes, independente de sua classificação, encontram espaço mais aberto e democrático para transmissão de suas informações. Este espaço pode ser um blog individual ou vinculado a uma empresa, uma newsletter, um perfil em redes sociais ou servidores de áudio e vídeo como *Youtube* e *Gengibre*, ou ainda uma conta no *Twitter* (LOPEZ, 2009, p. 37).

O contato com as fontes tradicionais, que há alguns anos era intermediado principalmente por meio telefônico ou contato pessoal é

complementado pela comunicação através das redes sociais e e-mail. Na Rádio Luz e Alegria AM, por exemplo, os repórteres que além de contataremos órgãos de segurança pública por meio do telefone, agora buscam atualizações destas instituições nas páginas das redes sociais (*Facebook e twitter*) e pelos websites.

As redes sociais têm contribuído para a intensificação no uso de fontes independentes. Muitos jornalistas utilizam suas páginas pessoais ou da empresa jornalística para encontrar indivíduos que possam tornar-se fontes de notícias. Além do mais, as emissoras buscam informações de outros lugares e até mesmo de suas próprias localidades em perfis e páginas nas redes sociais.

A multiplicação dos difusores altera as relações entre os jornalistas e as fontes porque transforma os usuários do sistema em fontes. Enquanto no jornalismo convencional, em que muitas vezes declarações são transcritas como notícias, predomina o uso das fontes oficiais, no jornalismo digital a participação dos usuários contribui para a utilização de fontes independentes, desvinculadas de forma direta dos casos publicados (MACHADO, 2003, p. 35).

A internet, com sua infinidade de recursos, impulsionou, ainda mais o contato entre o ouvinte e a emissora. Nesse âmbito, podemos dizer, mesmo que de forma sutil que o cenário radiofônico atual tem buscado seguir o que almejava Brecht nos anos 1920:



O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, constituiria um fantástico sistema de canalização, se fosse capaz, não apenas de *emitir*, mas também de *receber*. O ouvinte não deveria apenas *ouvir*, mas também *falar*: não se isolar, mas ficar em comunicação com o rádio. A radiodifusão deveria afastar-se das fontes oficiais de abastecimento e transformar os ouvintes nos grandes abastecedores (BRECHT, 2005, p. 42)<sup>44</sup>.

Através dos novos canais de comunicação – e-mail, redes sociais, aplicativos etc. –, as estações podem acessar/visualizar mais rapidamente as reivindicações, as curiosidades e demais fatos divulgados pelos ouvintes e, assim, atendê-los com mais imediatismo.

Com a facilidade de navegação, tanto o jornalista quanto o público conseguem ter acesso a notícias do mundo inteiro em um só lugar. A internet auxilia na criação de pautas, pois muitas das ideias que resultam em reportagens, documentários etc. partem da web. Segundo Canavilhas e Ivars-Nicolás (2012, p. 64, tradução nossa), “a busca de material para reportagens, a coleta de informações para complementar as notícias e o contato com as fontes têm sofrido importantes alterações<sup>45</sup>”. Isto vai ao encontro do destacado por Barbosa (2002, p. 2):

A primeira grande mudança, compreendida rapidamente por todos os jornalistas mesmo os que não trabalham para um meio on-line, é a utilização da Internet para investigação e recolha de dados destinados à criação de notícias. Sites das empresas, bases de dados, outros órgãos de comunicação social são frequentemente visitados por jornalistas em busca de informação. Em alguns casos, os jornalistas utilizam a Internet para obter ideias para notícias.

---

<sup>44</sup>Brecht, Bertolt. “Teorías de la radio (1927-1932)”. Reproduzida in: Bassets, Lluís. De las ondas rojas a las radios libres, p. 48-61. Trecho citado: p. 56-57.

<sup>45</sup>La búsqueda de material para reportajes, la recogida de informaciones para complementar las noticias y el contacto con las fuentes han sufrido importantes alteraciones.

Entretanto, há o uso indiscriminado de informações disponíveis na *web* sem a devida adequação do conteúdo e indicação da fonte, configurando-se em uma das principais práticas de plágio da atualidade. Conteúdos disponibilizados por agências de notícias e proliferados na rede também são utilizados “livremente” pelos *media*.

O ambiente da Internet acrescenta percepção dos jornalistas também a noção de liberdade de ação sobre a informação. Quando os despachos das agências aparecem na rede como se fosse um produto de livre circulação que qualquer um pode ter acesso. E quem os utiliza, apropria-se desses textos como sendo seu e não de outro. Segue assim um dos valores culturais da Internet: o que está na rede não é de ninguém. Esse sentimento está presente no processo de produção do radiojornalismo, onde a informação que jorra na tela do computador é a base para a composição de boa parte dos noticiários (DEL BIANCO, 2005, p. 5-6).

As agências de notícias sempre foram fontes em potencial para o rádio, principalmente para as pequenas emissoras locais que buscam informações globais consideradas de qualidade. Lopez (2009, p. 12) enfatiza: “As agências de notícias também compõem uma fonte crucial, principalmente para rádios de menor porte, que contam com uma equipe reduzida de profissionais e, muitas vezes, restringem-se territorialmente [...]”. Hoje, existem agências de notícias na web especializadas na produção de conteúdos para o meio radiofônico. Basta as estações efetuarem um cadastro junto a essas agências que a partir disso serão contempladas com informações globais prontas para irem ao ar. Um exemplo é a Agência Rádio Web, a maior agência de notícias para rádio do Brasil. Emissoras de todo o país podem realizar um cadastro no site da Rádio Web para ter à disposição conteúdos em áudio para download gratuitamente.

Para Clauso (2007, p. 54) os meios de obtenção da informação são divididos em dois grupos. O primeiro grupo corresponde ao contato direto com as fontes (oficiais e privadas): entrevistas; coletivas de imprensa; contatos pessoais; presença na cena do fato; declarações e; informações das personagens. No segundo grupo estão os meios de contato indireto com as fontes: informação de arquivo, boletins oficiais e privados, estudos e pesquisas, agências de notícias, internet e outros meios jornalísticos. Hoje, os próprios métodos de coleta de informação através do contato direto com as fontes, bem como o contato indireto, são mediados pela internet que deixa de ser apenas uma ferramenta complementar e se torna um meio de acesso a todas elas.

De acordo com Lopez (2009), há três níveis de dinamismo da informação jornalística, no que diz respeito à apuração e às ferramentas de acesso às fontes:

a) primário, que envolve as fontes consultadas durante o desenrolar dos acontecimentos, quando o jornalista realiza a apuração em campo, adensando a abordagem do evento de acordo com o seu desenvolvimento; b) secundário, que se refere, normalmente, às fontes de análise dos acontecimentos e que são consultadas via telefone; c) terciárias, as fontes diretamente relacionadas ao acontecimento normalmente não são consultadas – nestes casos a informação chega à redação através de outros meios de comunicação, agências ou assessorias e não são confirmadas diretamente pelo jornalista. Essa intermediação acaba por reduzir consideravelmente o imediatismo e o dinamismo da transmissão da informação, embora essas fontes terciárias sejam fundamentais em casos de coberturas geograficamente distantes ou de busca por informações complementares, agindo em conjunto com as duas classificações anteriores, conjugando apurações e fortalecendo o trabalho jornalístico (LOPEZ, 2009, p. 106).

A escolha das fontes que serão utilizadas pelas emissoras exige uma série de definições antes de sua efetiva aplicação. Meditsch (2007) elenca decisões estratégicas que são tomadas pelas rádios para a montagem da sua rede de captação das informações:

a) a importância potencial das notícias provenientes de determinadas fontes para seus públicos determinados; b) a regularidade com que estas fontes fornecem notícias novas; c) a facilidade e o custo de acesso a estas fontes; d) o número de fontes que sua estrutura e orçamento permitem cobrir simultaneamente (MEDITSCH, 2007, p. 107).

Faus Belau (1981) destaca, ainda, algumas das principais fontes no jornalismo radiofônico: a) as agências de notícia, em que através delas as informações chegam com mais rapidez, qualidade e em maior quantidade; b) informantes próprios, que são aqueles redatores próprios, que buscam as notícias a partir de consultas na própria redação ou na rua. Além disso, as emissoras com mais recursos financeiros também mantêm correspondentes dentro e fora do país; c) serviço de radioescuta, caracterizado pelos profissionais que trabalham na audição das estações de rádio mais importantes do mundo; d) o acesso aos outros meios de comunicação como os jornais impressos, revistas e publicações oficiais, com a busca de acontecimentos que podem servir para a inclusão nos serviços informativos da rádio; e) fontes oficiais, em que através delas é possível descrever diversos regulamentos do cotidiano do ouvinte e da própria estação; f) os centros oficiais, como os escritórios de imprensa dos órgãos oficiais; g) as seções de relações públicas; h) o *free-lancer*, que se refere a uma fonte independente; i) e também o próprio ouvinte, que é caracterizado com uma fonte em potencial. Incluímos, aqui, a internet, que é uma nova fonte de notícias que surgiu no final do século XX e tornou-se essencial no jornalismo atual, como destaca Iris Prieto

(2001, p. 97, tradução nossa): “hoje em dia, muitas das notícias que o jornalista recebe é através dos computadores conectados a rede, anteriormente, ele deveria utilizar sua sagacidade para poder obtê-las pessoalmente, mediante a utilização do telefone ou através das agências internacionais de notícias”<sup>46</sup>.

Lopez (2009) salienta que as fontes podem ser classificadas conforme sua aproximação geográfica, sendo locais, nacionais ou internacionais:

No rádio existe uma tendência de localizar as informações nacionais e internacionais. Desta forma é possível mostrar ao ouvinte como esses eventos afetam seu cotidiano e assim atender a um dos princípios fundamentais desse meio de comunicação. O que diferencia mais essas fontes é o acesso a elas. Fontes locais podem ser consultadas de maneira direta, através de contato pessoal do jornalista, da sua presença no palco de ação, ou ainda através de contato telefônico. Já as fontes nacionais e internacionais são menos acessíveis ao jornalista, que prescinde da mediação tecnológica – seja ela através de contato telefônico, da internet ou de fontes externas, como outros meios de comunicação e agências de notícias – para realizar sua apuração. (LOPEZ, 2009, p. 108).

No entanto, esta realidade tem sido modificada e o próprio contato com as fontes locais é realizado por intermédio do e-mail, redes sociais e websites. Além disso, os sites e redes sociais de outras rádios locais tornaram-se canais de captação de informações em potencial. Isso tem feito com que a procura por informações na web se torne uma espécie de “radioescuta” moderna. A radioescuta é uma prática “onde

---

<sup>46</sup>Citação original: Muchas de las noticias que hoy día el periodista recibe a través de las computadoras conectadas a redes, anteriormente, él debía aplicar su ingenio para poder obtener las por vía personal, mediante la utilización del teléfono o a través de las agencias internacionales de noticias.

profissionais ouvem dia e noite tudo o que está saindo no ar nas concorrentes” (SANCHES, 1994, p.83).

Mesmo que a internet disponha de diversos canais que possibilitem ao jornalista contatar diferentes fontes, muitas vezes, a busca por conteúdos de qualidade e confiáveis não é obtida no ambiente on-line. Correa (2011, p. 13) salienta: “encontrar a informação desejada nem sempre é fácil, mesmo com a ajuda das novas ferramentas, como os motores de busca, o correio eletrônico, as *mailling lists* ou o RSS, entre outras, que contribuem para a ampliação das fontes de informação”. Ainda, a internet disponibiliza uma quantidade excessiva de informações sem a devida filtragem, transformando o que seria um simplificador na rotina jornalística em um problema relativo à verificação. Contribuindo com esta discussão, Correa (2011, p. 24) traz uma pesquisa realizada por estudiosos portugueses com jornalistas referentes à utilização da rede na rotina profissional:

Os jornalistas que participaram neste estudo consideram a ajuda da Internet como muito positiva (98,76%), não obstante apontarem alguns problemas como a desorganização ou a dispersão de informação. As principais vantagens da Web apontadas pelos inquiridos são a quantidade e a diversidade de informação disponível, bem como a rapidez de comunicação que a mesma permite aos utilizadores. Apesar disso, a maioria pensa que a Internet não vai substituir os meios tradicionais de contato com as fontes de informação, embora a considerem (44,44%) como um importante meio para contatar fontes de informação. Os contatos pessoais foram os principais tipos de fontes apontadas pelos jornalistas, sendo que ficou também provada a preponderância que a Web tem no contato com as suas fontes. [...] No campo do contato com as fontes, o *email*, os blogs e, mais recentemente, as redes sociais, juntaram-se aos tradicionais métodos de contato pessoal, telefônico ou por fax (CORREA, 2011, p. 24).

Mesmo com a intensificação no uso de fontes diversas, as pequenas emissoras complementam a sua programação ao integrarem as redes de rádio. Desta forma, suprem a carência por conteúdos nacionais e globais, sem a necessidade do uso excessivo de informações disponíveis on-line.

## **2.4 As redes radiofônicas no Brasil**

Como vimos no capítulo anterior, a utilização dos satélites de comunicações pelas emissoras de rádio, impulsionada efetivamente nos anos 80, fez com que as redes radiofônicas ganhassem ainda mais força no cenário da radiofonia brasileira. Mas, foi na década seguinte que algumas das principais redes de rádio do país foram criadas. Comassetto (2008) lembra que a formação das primeiras cadeias radiofônicas foi ainda nos primórdios do veículo, nos anos 20. No entanto, o autor explica:

Mas é a combinação das novas tecnologias da comunicação, a partir da proliferação dos satélites, com o estabelecimento da nova ordem econômica deflagrada com o recente processo de globalização que de fato tem estimulado a constituição de redes dedicadas à veiculação de uma mesma programação (COMASSETTO, 2008, p. 1).

Vale lembrar, ainda, que a maioria destas redes pertence aos principais conglomerados midiáticos do Brasil. Hoje, esses grupos detêm poder econômico e midiático suficiente para manter jornais, televisões e rádios espalhados nacional e internacionalmente. Redes como a Bandeirantes (Grupo Bandeirantes), CBN (Organizações Globo) e Gaúcha (RBS) são integrantes de alguns desses oligopólios.

Comassetto (2007, p. 41) chama a atenção para a supremacia dos conglomerados na mídia atual: “o mercado da mídia global é atualmente controlado por duas dezenas de conglomerados, responsáveis por dois terços das informações e dos conteúdos culturais do planeta”.

Antes de tudo, é pertinente trazermos a definição de rede. Rabaça e Barbosa (1995 apud BETTI, 2011, p. 2) definem rede de rádios ou televisões como “o grupo de emissoras que transmitem no todo ou em grande parte uma programação comum. Uma rede pode ser composta por emissoras associadas (pertencentes a uma mesma propriedade jurídica) ou afiliadas (através de acordos ou convênio)”. As compostas por rádios associadas são aquelas que transmitem o mesmo conteúdo em tempo integral ou apenas em alguns horários em diferentes regiões através das sucursais. Já as redes que possuem afiliadas são entendidas como as que retransmitem parte de sua programação para outras estações em tempo real ou em outros horários de acordo com a programação da emissora, mas que não fazem parte da mesma empresa. É válido destacar que as produções geradas pela cabeça de rede são captadas pelas afiliadas/associadas através de parabólicas e em seguida retransmitidas.

Segundo Juliana Gobbi Betti (2005), as redes de rádio brasileiras não seguem um padrão e podem ser divididas em dois formatos: o primeiro é de formato rígido, ou seja, são aquelas redes cujas emissoras geradoras não cedem espaço para produção de programação local. Por exemplo, a rede Antena 1, que foi a primeira rede de emissoras FM do Brasil a operar de forma automática via satélite, com a mesma programação irradiada em tempo, por 24 horas.



Ela soma 20 emissoras espalhadas pelas principais capitais do país<sup>47</sup>. Outro formato de rede evidenciado pela autora é o flexível, que são aquelas nas quais a cabeça de rede abre espaço para que as afiliadas veiculem produções locais. Como ocorre na Central Brasileira de Notícias (CBN), onde as associadas veiculam em um tempo determinado a programação local.

A formação de redes radiofônicas é cada vez mais comum no cenário da radiofonia brasileira. Algumas se dedicam ao mercado nacional e outras focam sua produção e transmissão por regiões. Lembrando que “o universo das redes radiofônicas não está totalmente catalogado no país, por esta razão não é possível estimar o total de emissoras que adotam o modelo” (BETTI, 2011, p. 9). Por este motivo, destacaremos algumas das principais redes do país. Entre as nacionais estão: a Jovem Pan-Sat, que possui 131 emissoras afiliadas em todo país, sendo 74 em AM e 57 em FM. A Central Brasileira de Notícias (CBN), que foi a primeira emissora all news (24 horas de notícias) a operar no Brasil. Ela possui, atualmente, seis estações próprias (quatro FM, duas AM) e 33 afiliadas (18 AM, 15 FM). A Band Sat, que foi a precursora na formação de redes no país tem um total de 61 emissoras afiliadas no Brasil, 54 operando em AM e sete em FM<sup>48</sup>.

No caso das redes regionais, podemos citar o exemplo da Rede Itasat, que abrange quase 800 municípios mineiros, cobrindo 92% do território do estado. A Rede reúne mais de 60 emissoras afiliadas em Minas Gerais, tendo como cabeça de rede a Rádio Itatiaia. Seu sistema de difusão por satélite alcança municípios do Rio de Janeiro, Espírito

---

<sup>47</sup>Disponível em: <http://www.antena1.com.br/>.

<sup>48</sup>Fonte: sites das empresas.

Santo, Bahia e Goiás<sup>49</sup>. Outro exemplo é a Rádio Atlântida, que cobre os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, a estação possui oito estações associadas no estado gaúcho e cinco no catarinense. A Rede Gaúcha Sat, que é a maior rede de rádios do país, é caracterizada por uma programação regional, onde veicula informações principalmente da região metropolitana de Porto Alegre e demais notícias de interesse estadual. A Rede tem mais de 140 emissoras afiliadas em todo país e mais três estações próprias no estado gaúcho. Mesmo identificada como uma rede regional, a Gaúcha Sat insere-se em municípios de outros estados que sejam de colonização gaúcha.

Com a justificativa de levarem informações consideradas de qualidade e sem custos de produção, essas emissoras formam parcerias com as pequenas rádios do interior e vão se tornando predominantes no mercado radiofônico. Cebrián Herreros (2007, p. 62) enfatiza o interesse das estações cabeças de rede em expandirem-se por um maior número de localidades:

As grandes cadeias não querem ficar presas só no âmbito nacional. Estabelecem um sistema de desconexões por regiões e por localidades para estar presentes também em cada um dos lugares. A desculpa é oferecer informação durante um tempo reduzido sobre o ocorrido no local, mas a razão fundamental é o fator econômico, ou seja, para captar a publicidade dos pequenos e médios comerciantes que multiplicada pelo número de emissoras, incrementa a arrecadação global da cadeia (CEBRIÁN HERREROS, 2007, p. 62, tradução nossa)<sup>50</sup>.

---

<sup>49</sup> Disponível em: <http://www.itatiaia.com.br/>. Acesso: 19 mar 2014.

<sup>50</sup> Las grandes cadenas no quieren quedarse ceñidas sólo al ámbito nacional. Establecen un sistema de desconexiones por regiones y por localidades para estar presentes también en cada uno de los lugares. La excusa es ofrecer información durante un tiempo reducido sobre lo acaecido en el lugar, pero la razón fundamental es de tipo económico, es decir, para captar la publicidad de los pequeños y medianos

Além do aumento no número de anunciantes, tem-se um acréscimo considerável na audiência, já que mais regiões serão atingidas pela rede. Ainda na década de 80, Gisela Ortriwano salientava:

[...] as redes de rádio estão sendo estruturadas, visando a melhor exploração das potencialidades comerciais do meio. E, com a possibilidade de emissão por satélite, as redes poderão ser cada vez mais ágeis, aumentando sua capacidade de transmitir programação unificada, ao mesmo tempo em que podem ampliar sua abrangência na conquista de novas emissoras (OTRIWANO, 1985, p. 33).

Trazendo para realidade atual, Comassetto (2008, p. 2) observa duas razões pelas quais as emissoras que operam em rede visam à lucratividade:

Primeiro, pelo fato de ampliarem seu raio de ação, estendendo a um público muito maior o recado de seus anunciantes. Segundo, pelas facilidades operacionais, visto que uma mesma programação produzida por uma única emissora, denominada cabeça de rede, é transmitida por dezenas e até centenas de outras. A redução de investimento é o maior estímulo aos proprietários do rádio, mesmo de empresas diferentes, que gradativamente vão se afiliando as redes constituídas.

Com o tempo, mais emissoras pequenas têm sido envolvidas por este sistema e a tendência é de que as cabeças de rede sigam dominantes no mercado da radiodifusão sonora. Em muitos casos, isto faz com que alguns traços culturais, antes manifestados de maneira singular pelas estações locais, sejam sucumbidos pelas transmissões em rede. Ortriwano, já alertava para um problema que se mantém até hoje no rádio:

---

comerciantes que multiplicada por el número de emisoras incrementa los ingresos globales de la cadena.

[...] o rádio corre o risco de apresentar programas – inclusive os jornalísticos – desvinculados da realidade local, perdendo com isso a força da proximidade, da programação feita com base em hábitos e costumes específicos, com o linguajar da própria região. A programação homogeneizada passa a ganhar espaço, a criatividade local não tem como manifestar-se e o mercado de trabalho fica cada vez mais restrito (ORTRIWANO, 1985, p. 34).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Santos (2010, p. 8) enfatiza: “[...] o principal problema das redes é que, ao abrangerem regiões as mais diversas, não mantêm identificação com as comunidades locais, ignoram sua cultura e têm dificuldade para discutirem seus problemas”. Isto, muitas vezes, tem provocado um distanciamento do interesse local, pois, fatos como um buraco na rua deixam de ser notícia para dar espaço àqueles disponibilizados pela cabeça de rede. Para Betti (2005, p. 51), “as redes nacionais desempenham um papel importante, embora problemático, pois representam a possibilidade de integração nacional através de um veículo de comunicação com caráter local”. Um meio que tem como uma de suas principais características a prestação de serviço à comunidade.

Outro fator a ser considerado é que a maioria das emissoras que se tornam afiliadas a alguma rede possuem uma equipe de profissionais enxuta, dificultando ainda mais a produção jornalística, especialmente local e regional, desta forma, facilitando a entrada de conteúdos globais. Ainda, Comassetto (2007, p. 65) ressalta a preocupação com a descaracterização da programação regional, diante do crescimento das redes:

Há forte preocupação com a descaracterização da programação regional, na medida em que as emissoras locais vão sendo sufocadas ou absorvidas pelas redes, que, embora segmentadas, adotam formatos muito semelhantes. Dessa forma, teme-se a possível pasteurização da programação e uniformização da linguagem (COMASSETTO, 2007, p. 65).

As emissoras que transmitem em rede, especialmente aquelas que fazem parte da mesma empresa e possuem sucursais em diferentes regiões, tornam as notícias locais secundárias, pois, “as emissoras operacionalizadas em rede (com poucas exceções) não estão preocupadas em privilegiar os temas locais em seus conteúdos” (HAUSSEN e DURVAL, 2001, p. 12). No entanto, Betti (2011, p. 11) lembra que “a partir da organização em rede as emissoras de rádio podem ampliar seu universo de ação, sem necessariamente pasteurizar a programação, disponibilizando para os ouvintes e para a própria redação informações relevantes em âmbito nacional, regional e local”.

Juliana Betti (2011, p. 10) destaca os benefícios das redes em operacionalizar nesse sistema: “entre as principais vantagens da organização em rede para as emissoras radiofônicas está a diminuição dos custos de produção, principalmente quando aliado ao aumento do potencial de cobertura”. Diminuem-se os custos de produção, pois não é mais necessário o deslocamento de profissionais para a cobertura de fatos ocorridos em determinadas localidades e a própria rádio associada/afiliada atende a demanda de informações locais e direciona à cabeça de rede. Além de tudo, a maioria das redes possui uma estrutura com mais qualidade técnica e profissional. Isto é possível especialmente

por conta do poder financeiro dessas emissoras, que em geral fazem parte dos principais conglomerados de mídia do país. Concomitante a isto, as pequenas emissoras encontraram uma forma de veicular notícias globais consideradas de credibilidade e sem custos e, ainda, ajudam a promover a rede.

A expansão das redes de rádio é um fato notório dos últimos anos, ao mesmo tempo em que surgem cada vez mais emissoras pequenas, como demonstra a pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert). Segundo os indicativos, as emissoras de potência de 1 KW, por exemplo, representam mais de 50% do total de rádios AM, em cidades com até 150 mil habitantes. O mesmo ocorre em emissoras FM, somando as comerciais e comunitárias, de potência menor ou igual a 10 KW, que representam 96% do total de rádios do país. Ainda assim, as grandes redes rompem a barreira do local e através de suas descentralizações por regiões conquistam a mídia interiorana.

No rádio contemporâneo tanto as transmissões radiofônicas em rede quanto à utilização das fontes disponíveis na internet têm contribuído para o desenvolvimento do radiojornalismo local. A maioria das emissoras locais deixou de produzir um jornalismo artesanal, baseado na leitura dos jornais impressos, por exemplo. Hoje, as estações passaram a investir em tecnologia, na melhoria de suas transmissões e no aperfeiçoamento das práticas jornalísticas.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para debater o atual cenário do radiojornalismo local, selecionamos como *corpus* duas emissoras de rádio do noroeste gaúcho, região que tem uma relação histórica com o meio radiofônico, principalmente por este ser um expressivo canal de comunicação nesta localidade. Segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2014<sup>51</sup>, o Rio Grande do Sul é o estado onde as pessoas mais escutam rádio diariamente, com uma média de 35%, sendo que no país apenas 21% dos brasileiros costumam ouvir o veículo todos os dias. É necessário frisar que escolhemos estações da mesma região, para que possamos notar se há um padrão de radiojornalismo local na área em destaque. Desta forma, este estudo pode se tornar um representativo da realidade do meio nos pequenos municípios interioranos.

Além disso, optamos por estações que sejam afiliadas a alguma rede de rádio, para que possamos notar se os conteúdos disponibilizados pela cabeça de rede interferem de alguma maneira na produção radiojornalística das suas afiliadas. Procuramos, ainda, eleger rádios que façam suas transmissões em amplitude modulada (AM), por meio de ondas médias, com um alcance menor que 10 KW. A escolha por emissoras AM deu-se pelo fato de estas, historicamente, terem uma programação mais direcionada ao radiojornalismo. Ainda, demos preferência por emissoras situadas em municípios pequenos, conforme

---

<sup>51</sup> Disponível em:

<http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>

descrição do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que caracteriza como cidades pequenas aquelas que têm população de até 100 mil habitantes. Por fim, escolhemos rádios definidas como comerciais, por estas serem maioria no segmento AM.

Os objetos empíricos selecionados para a análise são a Rádio Luz e Alegria AM, de Frederico Westphalen, e a Rádio Sociedade Seberi AM Ltda., de Seberi, ambas situadas na região noroeste do Rio Grande do Sul. A escolha por essas rádios se deu a partir de algumas motivações pessoais: por ter vivido em Frederico Westphalen, município sede da Luz e Alegria, a pesquisadora realizou um estágio na Luz e Alegria FM, por isso a curiosidade em saber como se produzia radiojornalismo na emissora AM, já que a estação é dotada de equipamentos técnicos modernos e dedica-se quase que exclusivamente ao jornalismo. A escolha pela Seberi deu-se pelo fato de estar situada na mesma região e por se administrada por empresários renomados do município, o que poderia dar condições técnicas e produção radiojornalística qualificadas.

A Rádio Luz e Alegria (L&A) foi fundada em 16 de agosto de 1952, no município de Frederico Westphalen, localizado na microrregião do Médio Alto Uruguai, noroeste gaúcho. Segundo dados do IBGE/2013, o município possui uma população de 30.251 habitantes e tem na agricultura e indústria as principais fontes de renda. A emissora faz parte do Complexo Luz e Alegria, que possui duas estações de rádio, AM 1160 e FM 95.9, além do jornal impresso “Jornal da Diocese de Frederico Westphalen”. A Luz e Alegria também integra a Fundação Monsenhor Vitor Battistella, administrada pela Diocese de Frederico Westphalen. Além disso, cabe frisar que mesmo pertencendo à Igreja



Católica a estação possui concessão comercial. A L&A conta com quatro profissionais que trabalham diretamente com o jornalismo, dois deles com formação na área. A rádio AM opera na frequência 1.160 KHz e tem uma potência de 5 KW. Além de veicular sua programação através da antena, realiza suas transmissões também on-line, pelo site da emissora: [www.luzealegria.com.br](http://www.luzealegria.com.br).

A Rádio Sociedade Seberi Ltda. iniciou suas atividades em 11 de fevereiro de 1989, em Seberi, cidade situada no noroeste do Rio Grande do Sul e que integra a microrregião do Médio Alto Uruguai. O município apresenta uma população de 11.188 habitantes e as suas principais fontes de renda são a agricultura e a pecuária leiteira. A emissora opera em AM, na frequência de 880 KHz, com uma potência de 8 KW, sendo a mais potente do segmento na região. A estação possui apenas uma profissional atuando no departamento de Jornalismo, esta sem formação na área. A programação pela antena atinge municípios da microrregião do Médio Alto Uruguai e também o oeste catarinense. Além da transmissão tradicional, a estação pode ser ouvida em tempo real na internet pelo endereço: [www.seberiam.com.br](http://www.seberiam.com.br). Cabe lembrar que ambas as rádios são afiliadas da Rede Gaúcha Sat.

A Rede Gaúcha Sat é a principal rede de rádio do Sul do país, contando com 141 emissoras afiliadas espalhadas por oito estados brasileiros. Além das afiliadas, a Rede possui três emissoras próprias no Rio Grande do Sul - a Rádio Gaúcha Grande Porto Alegre, Gaúcha Santa Maria e Gaúcha Serra (Figura 1).



Figura 1: Mapa de cobertura da Rede Gaúcha Sat. Fonte: Luciano Costa, gerente de Redes do Grupo RBS.

A Rede Gaúcha Sat teve início, efetivamente, no ano de 1995. Mas, sua formação foi planejada ainda no ano anterior. A Rede começou a ser pensada logo após a realização da Copa do Mundo de Futebol de 1994, com a intenção de que na Copa seguinte tivesse um número maior de emissoras transmitindo a cobertura da Rádio Gaúcha (COSTA, 2013)<sup>52</sup>.

A emissora tem como cabeça de rede a Rádio Gaúcha de Porto Alegre, que apresenta uma programação eminentemente regional, transmitindo em cadeia para todo o Rio Grande do Sul e também para outras localidades do país que sejam de colonização gaúcha. O

<sup>52</sup>COSTA, Luciano. **Entrevista pesquisa de mestrado – Rede Gaúcha Sat**[mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [barbara.avrella@gmail.com](mailto:barbara.avrella@gmail.com) em 3 jul 2013. Apêndice J.

“bairrismo” é uma das marcas predominantes da Rádio Gaúcha, apresentando conteúdos que sejam de interesse da população local/regional ou de imigrantes residentes em outros estados. Por isso, a cobertura jornalística de fatos da Região Metropolitana de Porto Alegre e futebol, principalmente os jogos da dupla Gre-Nal (Grêmio e Internacional) estão entre os principais conteúdos veiculados pela emissora. Além disso, o material disponibilizado para as afiliadas é o mesmo que o transmitido para a capital. Entretanto, as afiliadas não retransmitem a programação na íntegra, a maioria retransmite o *Futebol da Gaúcha*, o *Sala de Redação*, *Notícia na Hora Certa* e o *Correspondente Ipiranga* (COSTA, 2013).

### 3.1 Etapas da pesquisa

Iniciamos o estudo a partir de uma pesquisa exploratória, concomitante à pesquisa bibliográfica e cumprimento dos créditos exigidos pelo Programa de Pós Graduação em Jornalismo. Nesta etapa, no final do ano de 2012 até os primeiros meses do ano de 2013, realizamos o contato inicial com as emissoras. Esta primeira fase do trabalho serviu à definição do *corpus*, a um melhor aprofundamento na revisão bibliográfica sobre a temática, bem como à reestruturação do projeto. Nos primeiros seis meses de 2013, foram visitadas as duas rádios em questão - Luz e Alegria AM e Seberi AM –, observando a rotina produtiva e realizando entrevistas com a direção e coordenação de jornalismo das emissoras para podermos partir em definitivo à pesquisa de campo.

A segunda etapa correspondeu à pesquisa etnográfica, de observação de campo. Nesta fase, efetuamos as entrevistas e a observação não-participante. Elas ocorreram em duas semanas de meses diferentes (Luz e Alegria, 25 a 29 de novembro de 2013; Seberi, 06 a 10 de janeiro de 2014), sendo uma semana para cada emissora. Concomitante a isto, capturamos os áudios da programação, com o propósito de averiguar a utilização da internet como fonte de notícia, identificar qual o espaço que a transmissão de conteúdo em rede tem na programação destas emissoras e apurar o tempo disponível na grade para as notícias locais.

Além disso, a revisão de literatura também fez parte dessa segunda etapa. Todos esses procedimentos completaram-se entre o segundo semestre de 2013 e primeiro de 2014. Ainda nesta parte do trabalho foram realizadas as entrevistas com a equipe de jornalismo e a direção das duas emissoras.

Na última fase da pesquisa houve o cruzamento dos dados recolhidos através da observação de campo e da captação dos áudios das emissoras, além da finalização do material teórico. Para a análise da produção e programação radiojornalística local, elencamos duas principais categorias: o radiojornalismo local e o global na esfera local. Na primeira categoria partimos da conceitualização de Zuculoto (2012, p. 162) a respeito de rádio local: “aquele que foca quase toda sua programação em informações da sua cidade e localidades próximas ou de seu estado e região, é o que ouvimos principalmente nas pequenas e médias emissoras que não integram redes ou que participam no máximo de redes regionais”. Com base nesta definição, buscamos verificar se as

rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM produzem jornalismo local e se isso reflete na programação das emissoras.

Elencamos também como categorias de análise neste trabalho o global na esfera local. Procuramos observar se a produção e programação jornalísticas locais sofrem interferências em decorrência da inserção das redes radiofônicas e da internet como plataforma de captação e difusão de informações. Para isso, partimos do que destaca Cebrián Herreros (2007 p. 65): “o rádio local explora os territórios locais e rompe as fronteiras para situar-se em âmbitos mundiais. Junto à localização emerge a globalização. Com os satélites e a internet, o rádio segue a tendência geral da globalidade”.

Para melhor compreender estas categorias observamos algumas variáveis, a primeira delas é a rotina produtiva, que segundo Traquina (1993) são as rotinas que transformam os acontecimentos em notícia, facilitando as decisões dos jornalistas. Dentro dela selecionamos algumas divisões:

- a) Instrumentos de coleta: procuramos identificar quais os instrumentos utilizados para coleta de informações, por exemplo, telefone, e-mail, entrevista pessoal, participação direta no fato etc.
- b) As fontes de informação: buscamos identificar quais fontes de informação são utilizadas na produção radiojornalística das emissoras a partir do atual cenário comunicacional, em que as tecnologias digitais estão tão presentes e, ainda, o reflexo que essas causam na programação local. Para isso, nos baseamos no que Lopez (2009, p. 104) destaca:

O jornalista, com a inserção cada vez mais constante das tecnologias da informação e da comunicação nas redações, tem ao seu dispor um número crescente de fontes, de formas de acesso à informação e também lida com a ampliação de seu campo de ação. Uma das estratégias adotadas pelos comunicadores para a coleta rápida de informações que tratem de ambientes geograficamente distantes são a internet e o telefone.

A outra variável definida é a programação jornalística. De acordo com a definição de Faus Belau (1981, p. 209), “programação informativa [...] que segue o ritmo dos acontecimentos com a máxima flexibilidade e rapidez, tem seu sentido ligado à prestação de serviço, à audiência ao longo dos anos [...]”. Dentro dela, investigamos três subvariações, de acordo com o que acreditamos serem premissas básicas de uma emissora local.

a) Prestação de serviços: buscamos identificar se as emissoras estudadas atendem às necessidades locais e regionais, principalmente no que tange à informação. Para tanto, definem Babeiro e Lima (2003, p. 20): “o ‘serviço’, que ocupa parte importante da programação, abrange informações de trânsito, estradas, aeroportos, rodoviárias, pagamento de impostos, previdência social, mercado financeiro, licenciamento de veículo, oferta de empregos, previsão do tempo, agenda cultural etc.”

b) Informação local: para análise desta subvariável parte-se do que afirma Martínez-Costa (2009, p. 329), “a informação local não é uma informação de caráter menor. O cidadão sente grande interesse pelo que ocorre ao seu redor”. Pretendemos verificar se as emissoras dão preferência às temáticas locais na sua programação, se privilegiam os assuntos produzidos pela cabeça de rede ou os conteúdos disponibilizados na internet.

Outra variável observada são os profissionais, ou seja, o *gatekeeper*, que segundo Traquina (2005) refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões. Neste caso, trabalhamos com os jornalistas, produtores e repórteres, responsáveis diretos pela construção da notícia.

Também destacamos como uma de nossas variáveis analisadas o Departamento de Jornalismo, pois é nele que as notícias ganham forma.

### **3.2 Método e técnicas**

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, cuja abordagem busca cruzar referenciais do Jornalismo, focado na mídia radiofônica, com dados empíricos coletados por meio da observação não-participante e da entrevista aberta não dirigida. Complementar a isto, realizamos uma análise de conteúdo dos áudios da programação das emissoras. Por se tratar de uma pesquisa em jornalismo, utilizamos como estratégia metodológica a perspectiva do *newsmaking* sob um dos aspectos de sua abordagem: a rotina produtiva. Mauro Wolf (2008) explica como é feita a coleta dos dados a partir do *newsmaking*:

Os dados são recolhidos pelo investigador presente no ambiente que é objeto de estudo, quer pela observação sistemática de tudo o que aí acontece, quer através de conversas, mais ou menos informais e ocasionais, ou verdadeiras entrevistas com as pessoas que põem em prática processos produtivos (2008, p. 191).

Entendemos que a perspectiva do *newsmaking* é a que mais viabiliza esta pesquisa, pois, a partir dela compreende-se a lógica pela qual agem os produtores de notícias e, também, nos permite conhecer o modelo de trabalho estabelecido nesses meios de comunicação.

Adotamos como uma das técnicas de pesquisa a entrevista aberta, que de acordo com Duarte (2006, p. 65), “tem como ponto de partida um tema ou questão ampla e flui livremente, sendo aprofundada em determinado rumo de acordo com aspectos significativos identificados pelo entrevistador enquanto o entrevistado define a resposta segundo seus próprios termos”. Travancas (2006, p. 102) afirma que neste tipo de entrevista tudo que está sendo dito interessa e é importante, em maior ou menor grau.

Utilizamos, ainda, a observação não-participante, que, segundo Handem et. al (2004, p. 126), ocorre quando o pesquisador não se envolve com o contexto a ser observado. As observações são realizadas à distância, não havendo a participação como membro da situação.

Outra técnica adotada para a coleta dos dados é a análise de conteúdo. Ela serve para a avaliação qualitativa e quantitativa dos áudios das programações. Nela, analisamos minuciosamente os áudios de cinco edições da programação de cada emissora (exceto programação da cabeça de rede), de segunda a sexta-feira. Segundo Laurence Bardin (1977), o método de análise de conteúdo é:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).



Ainda, para a autora, “qualquer comunicação, isto é, qualquer transporte de significações de um emissor para um receptor controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo” (BARDIN, 1977, p. 32). Acreditamos que a análise de conteúdo propicia um melhor detalhamento do material recolhido, esclarecendo alguns significados que outros métodos não conseguiriam responder.

### **3.3 A produção jornalística**

Para realização da pesquisa de campo, é pertinente, primeiramente, entendermos como se dá o processo de produção jornalística nos meios de comunicação de massa, a partir dos principais estudos de teóricos do jornalismo. Para isso, nos apoiamos na perspectiva do *newsmaking*, a qual tem como foco o processo de produção das notícias, estando articulada principalmente entre dois limites: a cultura profissional e a organização do trabalho e dos processos produtivos (WOLF, 2008). De acordo com Aguiar (2006), a primeira é entendida como um emaranhado de estereótipos, representações sociais e rituais relativos às funções dos meios de comunicação e dos jornalistas, à concepção do principal produto – a notícia – e às modalidades que presidem à sua confecção. A organização do trabalho e dos processos produtivos diz respeito às restrições sobre as quais se criam convenções profissionais que determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo – desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e as modalidades de confecção do

noticiário – e contribuem para se prevenir das críticas dos leitores.

Ainda, segundo Antônio Hohlfeldt (2007):

A hipótese de newsmaking dá especial ênfase à produção de informações, ou melhor, a potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia. Deste modo, é especialmente sobre o emissor, no caso o profissional da informação, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e sua narratividade, que é a notícia, que está centrada a atenção destes estudos, que incluem sobretudo o relacionamento entre fontes primeiras e jornalistas, bem como as diferentes etapas da produção informacional, seja ao nível da captação da informação, seja em seu tratamento e edição e, enfim, em sua distribuição (HOHLFELDT, 2007, p. 203-204).

Quando nos referimos à perspectiva do *newsmaking*, nos reportamos apenas ao jornalista - a sua função como produtor da informação e o seu método de trabalho -, sem envolvimento do público na tomada de decisões. Na mesma linha de raciocínio, Murad (2002, p. 4) salienta:

De acordo com abordagem do *newsmaking*, a notícia é uma construção dos próprios jornalistas que se difunde por meio da cultura profissional. As decisões são tomadas com base no *newsjudgement* – a experiência, o senso comum e os conhecimentos sagrados do jornalista -, o que afasta qualquer predominância do público no processo decisório.

Em todas as etapas da produção jornalística, o profissional apóia-se em critérios para selecionar o que pode ou não se tornar notícia. Wolf (2008) acredita que esta escolha está baseada em critérios de relevância e noticiabilidade. O autor enfatiza que “o objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes. [...] este objetivo é, como muitos outros fenômenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo”

(WOLF, 2008, p. 194). Corroborando com o isso, Tuchman (1977, *apud* Wolf, 2008, p.194-195) elenca três obrigações que os veículos de comunicação deveriam levar em consideração para produzir notícias:

- 1) devem tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como acontecimento notável;
- 2) devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não levam em conta a pretensão de cada fato ocorrido a um tratamento idiossincrásico;
- 3) devem organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planejada. Estas obrigações estão relacionadas entre si (Tuchman, 1977, p. 45, *apud* Wolf, 2008, p. 194-195).

Em uma análise individual de cada obrigação, podemos dizer que: 1) nenhum fato importante ou interessante, por mais extraordinário que seja, deve ser ocultado; 2) por mais particular que seja cada acontecimento, é necessário agir com imparcialidade, tanto na hora da apuração quanto na redação da informação; e 3) quando nos referimos às notícias, o hoje é muito mais importante que o ontem, por isso, trazer informações factuais são essenciais no momento de seleção dos fatos. Além disso, optar por notícias que tenham alguma relevância e estejam situadas geograficamente no mesmo espaço de abrangência do público-alvo é fundamental.

Na visão de Wolf (2008), deve-se ter como base para a seleção de notícias os critérios de noticiabilidade. Segundo o estudioso:

A noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção: ela equivale a introduzir práticas de produção estáveis numa “matéria-prima” (os acontecimentos do mundo), por sua natureza extremamente variável e imprevisível (WOLF, 2008, p. 196).

Em muitos casos, a política organizacional e o público alvo do meio de comunicação interferem na seleção dos critérios de noticiabilidade a serem usados, fazendo com que estes preceitos não sejam adotados da mesma maneira em todos os veículos. O fato que pode ser selecionado a partir do critério de proximidade por uma empresa, por exemplo, pode não ter prioridade para a outra. Pettenuci (2009, p. 53) enfatiza: “o recorte das transformações sociais é determinado pela linha editorial e audiência. A ideologia da empresa e os critérios de noticiabilidade condicionam quais personalidades e assuntos serão noticiados, segundo a linha editorial”. Por isso, a seleção dos fatos noticiáveis está totalmente enraizada na visão de mundo estabelecida pelo veículo de comunicação. Mesmo que as informações passem por filtros ideológicos que envolvem a empresa para a qual o jornalista trabalha, a construção da notícia depende exclusivamente do profissional, já que é ele quem apura o material, escolhe as fontes e redige o texto. O tratamento que é dado a essas notícias está intrinsecamente ligado à cultura profissional do jornalista: a sua rotina de trabalho, o contato com as fontes, os constrangimentos organizacionais, entre outros elementos.

Para compreender e exemplificar os principais critérios utilizados pelos veículos trouxemos a seleção elaborada por Mário Erbolato (1991): proximidade; impacto; proeminência (ou celebridade); aventura e conflito; consequências; humor; raridade; progresso; interesse pessoal; interesse humano; importância; rivalidade; utilidade; política editorial; oportunidade; dinheiro; originalidade; culto de heróis; descobertas ou invenções; repercussão; e confidências.

Além destes elementos, os critérios de noticiabilidade são compostos por uma série de valores-notícias que estão espalhados por todo processo de produção da notícia, desde a definição de pautas até o material final. Gaultung e Ruge (1965; 1993, *apud* TRAQUINA, 2005) elencam doze valores-notícias:

1) a frequência, ou seja, a duração do acontecimento; 2) a amplitude do evento; 3) a clareza ou falta de ambiguidade; 4) a significância; 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponda ao que se espera que aconteça”; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; 8) a composição, isto é, a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos abordados; 9) a referência a nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; e 12) a negatividade, ou seja, segundo a máxima “*badNewsisgood News*” (GAULTUNG e RUGE, 1965; 1993, *apud* TRAQUINA, 2005, p. 69-70, grifos do autor).

Neste sentido, Travancas (2010, p. 95) explica a importância destes valores para o jornalismo:

São critérios para se selecionar dentro do material disponível na redação o que deve ser incluído na edição final, e funcionam também como guia, sugerindo o que deve ser enfatizado e o que deve ser omitido na apresentação da notícia. Os valores-notícias ajudam a entender um pouco a velocidade e a superficialidade com que os jornalistas decidem o que merece ser abordado e o que ficará de fora. Alguns autores chegam a dizer que notícia é aquilo que os jornalistas definiram como tal.

Escolher os fatos que se tornarão notícia exige competência e racionalidade do jornalista, pois, “a seleção, certamente, começa na etapa primeira de ter-se que escolher entre alguns acontecimentos e

outros para se noticiar” (SILVA, 2005, p. 98). Por esse motivo, a unidade dos valores-notícias é imprescindível para o jornalista definir quais fatos tem significância suficiente para serem publicados, levando em conta, principalmente, “[...] o grau de importância, relevância e identificação social para o público” (Grudzinski, 2009, p. 6).

Como podemos notar em toda a perspectiva do *newsmaking*, o jornalista é o elemento mais importante na construção e triagem das notícias. É ele quem seleciona, apura, redige e edita a informação. Por isso, se faz necessária uma breve exposição a respeito das funções do jornalista nos *media*. Para tanto, direcionamos o olhar a partir da teoria do *Gatekeeper*, elaborada por Kurt Lewin<sup>53</sup> e “aplicada ao jornalismo no estudo clássico de David Manning White, divulgado nos anos 50 e difundido nos estudos acadêmicos de comunicação na década de 60” (SILVA, 2005, p. 96). João Carlos Correia (2011) traz o conceito desta vertente teórica a partir da definição de Kurt Lewin:

O *gatekeeping* refere-se de uma forma geral ao processo de controle de informação à medida que esta flui através de um *gate* (portão) ou filtro. Este processo é associado com o exercício de diferentes tipos de poder como sejam selecionar notícias, tomar decisões relativas ao consumo, filtragem de temas em instituições públicas, mediação de informação especializada, etc. (CORREIA, 2011, p. 79-80).

Nelson Traquina (2005, p. 150) complementa: “o termo *gatekeeper* refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões”. Neste caso, a teoria diz respeito ao jornalista, já que é ele quem participa do processo de construção da notícia, cabendo ao profissional a aplicação dos métodos mais adequados para a elaboração

---

<sup>53</sup>Kurt Lewin, a German psychologist, developed the word gatekeeping. The theory of channels and gatekeepers was introduced in Lewin's Field Theory of Social Science in 1951. Lewin's theory was based on food.

do que será noticiado. Quanto se trata da prática profissional, Cardoso (2008, p. 10) acrescenta: “o conceito de *gatekeeper* também é importante, em razão de no dia-a-dia o jornalista deparar-se com centenas de informações e ter de decidir a cada momento o que vai parar nas páginas do jornal do dia seguinte ou nos jornais de rádio, TV e internet daquele dia”. Contudo, essa teoria não abrange outras dimensões do processo de produção das notícias, por isso, é considerada limitada por muitos estudiosos.

Mesmo com a influência da organização de trabalho e dos diferentes critérios para seleção dos acontecimentos, o jornalista, antes de tudo, faz parte da sociedade. Por isso, muitas vezes, suas crenças, ideologias e experiências de vida influenciam no modo de produção da notícia, expondo os fatos a partir do seu ponto de vista. Travancas (2010, p. 99) salienta: “os jornalistas têm um papel importante na construção da notícia, não apenas por serem seus produtores, mas por serem capazes de decodificar o mundo para seus leitores a partir da lógica da notícia, dos critérios editoriais dos veículos nos quais trabalham e de suas visões de mundo”.

Neste contexto, Jorge Pedro Sousa (2000, p. 01) estabelece seis divisões que representam diferentes forças sobre a notícia:

- 1) Ação pessoal – as notícias resultam, parcialmente, das pessoas e das suas intenções;
- 2) Ação social – as notícias são, parcialmente, fruto das dinâmicas e dos constrangimentos do sistema social, particularmente do meio organizacional, em que foram construídas e fabricadas;
- 3) Ação ideológica – as notícias são, parcialmente, originadas por forças de interesse que dão coesão aos grupos, seja esse interesse consciente e assumido ou não;
- 4) Ação cultural – as notícias são, parcialmente, um produto do sistema cultural em que são produzidas, que condiciona quer as perspectivas que se têm do mundo quer a significação que se atribui a esse mesmo mundo;
- 5) Ação do meio físico e tecnológico – as notícias dependem, em parte, dos dispositivos tecnológicos que são usados no seu processo de fabrico e do meio físico em que são produzidas;
- 6) Ação histórica – as notícias são, em parte, um produto da história, durante a qual interagiram as restantes cinco forças que enformam as notícias que temos hoje.

De um modo geral, a elaboração de uma notícia e sua interpretação depende da pessoa que a está construindo; do veículo de comunicação onde se está produzindo a informação; da ideologia, tanto do jornalista quanto do órgão de trabalho; do sistema cultural do local onde os meios estão inseridos para a produção de informações; e da disponibilidade de recursos técnicos como, por exemplo, um computador que possui revisor de texto, que influenciará na produção das notícias. Além disso, com a internet, o jornalista não é mais o único a produzir e divulgar conteúdos. Hoje, o consumidor também passou a emitir informações no ciberespaço. Todas estas formas citadas são resultados da evolução histórica dos processos de produção da notícia.

Assim como nos demais meios de comunicação de massa, o processo de produção de notícias no rádio permeia por diversas etapas.



Passa-se pela definição da pauta, captação e apuração dos fatos, seleção a partir do que é mais interessante e relevante para o público, redação e edição, até chegar ao produto final para veiculação. Mauro Wolf (2008), quando se refere às rotinas produtivas no jornalismo, divide o trabalho em três principais fases: a coleta, a seleção e a edição e apresentação.

Na fase de coleta, o trabalho do repórter é ir ao encontro dos fatos que tenham potencial para se tornar notícia. Entretanto, na atualidade, a busca por informações por parte do jornalista está sendo reduzida, principalmente por conta dos conteúdos prontos disponibilizados pelas assessorias de imprensa e a busca por informações na internet. Mas, como destaca Roberto Seabra (2008, p. 105), é na rua onde o jornalista deve buscar a informação:

[...] uma redação não é o local onde acontecem as notícias, mesmo que alguns jornalistas às vezes pensem (e ajam) na contramão desse axioma. A notícia acontece nas ruas, nas sedes do poder, nos escritórios bancários, nas competições esportivas e eventos culturais, entre outros. Na redação não deve acontecer nada além do mero trabalho braçal e intelectual (infelizmente, cada dia mais braçal e menos intelectual) de organizar as informações de forma que o produto jornalístico seja um construto de uma dada realidade.

Além do mais, segundo Wolf (2008, p. 229), o jornalista de rádio e televisão está relativamente limitado na busca que pode fazer, em razão do tempo, por exemplo, em que a produção da informação é, em grande parte, a elaboração passiva de notícias que a redação não pode deixar de dar. Reforçando, Seabra (2008, p. 107) salienta: “O problema é que nem sempre o que sai na imprensa é o mais importante do ponto de vista do interesse público. Muitas vezes, o interessante,

mesmo que desimportante, merece mais espaço do que o importante, taxado de desinteressante”.

Nesta etapa da produção jornalística, preza-se por informações que sejam atuais, que são consideradas “notícias quentes”, ou seja, que priorizam fatos recentes ou que estejam em andamento. No entanto, como afirma Wolf (2008, p. 230), “motivos ligados à organização do trabalho impedem que haja demasiada atualidade”. Muitas vezes, devido aos curtos prazos para produção e apuração dos fatos, opta-se por informações que não sigam prioritariamente o critério de atualidade, mas que sejam de fontes confiáveis. É comum o jornalista manter uma rede de fontes de notícias às quais podem recorrer nesta fase do trabalho. As fontes oficiais e oficiosas são as principais delas, sendo utilizadas, muitas vezes, demasiadamente.

Todavia, condicionar-se sempre à utilização das mesmas fontes faz com que o público perca o interesse em determinado assunto e, conseqüentemente, no próprio veículo de comunicação. Por isso, “o jornalista de hoje deve buscar informações em lugares novos, em fontes diferentes das que tradicionalmente tem utilizado. Estas também são fontes que geram notícias e são de grande interesse para os cidadãos<sup>54</sup>” (PRIETO, 2001, p. 88, tradução nossa).

Para a coleta do material, é necessária a utilização de equipamentos adequados para a apuração e captação do fato. Lopez (2009) elenca algumas ferramentas de apuração utilizadas a partir da década de 50.

---

<sup>54</sup>Citação original: el periodista de hoy, debe buscar la información en nuevos lugares, en fuentes diferentes a las que tradicionalmente ha cubierto, fuentes que también generan noticias y que son de gran interés para la ciudadanía.

Na coleta de informações, o jornalista precisava agora trabalhar com as tecnologias móveis de apuração: unidades móveis que funcionavam com a bateria do carro, telefones fixos, gravadores de fita rolo, gravadores de fita K7, MD's, telefones celulares e gravadores digitais permitiam que o repórter trouxesse para o ouvinte a informação diretamente do palco dos acontecimentos. Com o passar das décadas e com a evolução destas tecnologias, problemas como a falta de qualidade do som transmitido e a reduzida mobilidade do repórter devido a cabos e conexões telefônicas foram minimizados, permitindo, hoje, a presença e comunicabilidade do repórter em quase todos os espaços que precise estar para realizar uma cobertura (LOPEZ, 2009, p. 85).

Na atualidade, a utilização dos dispositivos móveis (*smartphones* e *tablets*, entre outros) tem proporcionado mais agilidade na apuração das informações. Com apenas um destes dispositivos é possível a captação de áudios, fotos e vídeos, auxiliando decisivamente na coleta do material.

A qualidade do material coletado também é fundamental para a seleção do conteúdo que será veiculado. Partindo disso, segue-se para outra fase do processo de produção de notícias proposto por Wolf (2008) e adequado por nós para o meio radiofônico, a etapa da “seleção”. A escolha e composição do material que foi apurado é uma tarefa que exige diferentes olhares antes da sua efetiva seleção. A triagem começa desde as fontes utilizadas, a qualidade do material recolhido, a visão da empresa e, claro, o interesse público. De acordo com Barbosa (2001 apud, BALTAR et al, 2008, p. 103), “a notícia relata um fato acontecido, pois nem tudo no mundo é noticiado, apenas o que se supõe interessar grande número de pessoas”. Ainda, segundo os autores, o critério de escolha do que é noticiado tem como objetivo atingir o leitor.

Com isso, um fato vira notícia dependendo da importância que ele tem para o povo ou sociedade em questão (BALTAR et al, 2008).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Travancas (2010, p. 95) enfatiza que “dentro de um amplo universo de fatos ocorridos, os jornalistas estabelecem critérios que determinarão quais destes fatos serão vistos como notícias e, conseqüentemente, divulgados”. Fatores que perpassam o jornalismo interferem decisivamente na seleção do que será ou não notícia, como salienta Ortriwano (1985, p. 105): “a notícia sofre uma série de triagens, em que os critérios de seleção reais estão voltados em primeiro lugar para os aspectos jurídicos, políticos e econômicos. Só depois da notícia ser por eles aprovada é que pode ser submetida aos chamados ‘critérios jornalístico’[...]”. Assim, a informação recolhida inicialmente passa por diversas definições até constituir-se realmente como notícia. Pettenucci (2009) reforça que:

Considerando a linha editorial, a seleção jornalística não é mera obra do acaso. Os veículos de comunicação priorizam fatos de interesse público. A essência da notícia é abordar acontecimentos que fazem parte do cotidiano, mas, ao mesmo tempo, considerados inusitados e surpreendentes para a sociedade (PETTENUCCI, 2009, p. 55).

Além do mais, a seleção das notícias se dá a partir do tempo e espaço disponíveis na grade de programação da emissora. Essas restrições fazem com que algumas informações que para muitos poderiam ser consideradas importantes e interessantes sejam eliminadas nesta fase do processo ou, então, sejam noticiadas de maneira superficial sem o devido aprofundamento. Isto vai ao encontro do que ressalta Wolf (2008): “o processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil dentro do qual se colocam inúmeros dados que apenas um número

restrito consegue ser filtrado”. Ainda, Seabra (2008, p. 107) exemplifica como é realizada a seleção das notícias:

A notícia de que um ladrão ficou preso na grade da janela de um apartamento em São Paulo quando tentava escapar pode ser mais interessante, mesmo não sendo tão importante, do que um terremoto que matou milhares de pessoas no outro lado planeta. Compreender a diferença entre interessante e importância é o primeiro passo para conseguir entender o funcionamento de uma redação.

A última fase abordada por Wolf é a da edição e apresentação, a qual englobará, ainda, a redação de notícias. Para o autor esta é:

A fase de confecção e apresentação dos acontecimentos dentro do formato e da duração dos noticiários, consiste, precisamente, em anular os efeitos das limitações provocadas pela organização produtiva, para restituir à informação o seu aspecto de espelho do acontece na realidade exterior, independentemente do órgão informativo (WOLF, 2008, p. 259).

Nesta parte do processo, procura-se dar novamente um contexto aos acontecimentos, adequando-os ao tipo de programa em que serão transmitidos. A redação das informações é considerada um dos principais estágios do processo de produção das notícias para o rádio. Por se tratar de um meio exclusivamente sonoro, a sua elaboração difere da do meio impresso, por exemplo. Cabello (1995) destaca:

A construção do texto radiofônico exige, além de certa dose de correção gramatical, adequação técnico-lingüística concernente à estrutura do veículo rádio. Trata-se de um texto peculiar, se comparado ao dos outros meios de comunicação. No jornalismo impresso, o leitor, tendo literalmente o texto em suas mãos, pode ler rápida ou lentamente, superficial ou detidamente, e pode, até mesmo, analisar a interação texto-fotografia/ilustração. Na televisão, o telespectador, perante a fusão de imagem e som, vê facilitada a decodificação da mensagem noticiosa. O rádio, por sua vez, torna-se o meio mais fugidio de expressão da linguagem, porque dirige seu texto ao ouvido (CABELLO, 1995, p. 1).

Neste sentido, Iris Prieto (2001, p. 89, tradução nossa) enfatiza que “o essencial é que quem vai redigir uma notícia para o rádio leve em conta que vai escrever para ser ouvido, não para que a leiam”<sup>55</sup>. Por isso, o texto deve seguir na ordem direta (sujeito, verbo, predicado), utilizando frases curtas e coesas. Iris Prieto (2001, p. 85) enfatiza, ainda, que a composição da notícia deve ser feita de acordo com determinadas regras: “sua elaboração deve estar conforme as normas de redação e narração, que garantam sua qualidade e efetividade ao ser recebida pela audiência”<sup>56</sup>.

Finalizada a redação, parte-se à edição do produto. Em rádios maiores, esta função é de responsabilidade do editor, na qual é ele o responsável final pelos conteúdos que vão ao ar. Em emissoras menores, o próprio produtor ou repórter é quem atende a esse serviço. De acordo com Barbeiro e Lima (2003, p. 78), “as edições devem ser enxutas, ricas em conteúdos e didáticas para que o ouvinte saiba do que está se falando”. Na fase de edição, são escolhidos os melhores trechos das entrevistas e eliminam-se as imperfeições sonoras, pois esses detalhes são determinantes para o aprimoramento da notícia e, conseqüentemente, prender a atenção do público. Pettenuci (2009) lembra que a notícia é considerada a matéria-prima do jornalismo, é um bem de consumo que traz todos os apelos para despertar a atenção do público. Por isso, o emprego de técnicas de edição adequadas é decisivo para a qualidade do produto final.

---

<sup>55</sup>Citação original: Lo esencial, es que quien vaya a redactar una noticia para radio tome en cuenta que va a redactar para que lo escuchen, no para que lo lean” (PRIETO, 2001, p. 89).

<sup>56</sup>Citação original: Su elaboración debe estar conforme a las normas de redacción y narración que garanticen su calidad y efectividad al ser recibida por la audiencia.

Concluído todo o processo anterior, parte-se para a apresentação das notícias, sendo realizada na voz do locutor ou apresentador. Ao primeiro, cabe a leitura dos textos preparados pela equipe de jornalismo. Já o segundo, via de regra, não lê textos, apresentando os programas apenas com um roteiro dos conteúdos previstos. Ele analisa, comenta e opina sobre os fatos que estão sendo apresentados (ORTRIWANO, 1985). A apresentação deve ser feita de forma correta e concisa, fazendo com que o ouvinte possa criar imagens mentais referentes ao que está sendo dito e por quem é dito. Robert Mcleish (2001, p. 15) corrobora com esta afirmação ao salientar que “trata-se de um meio cego, mas que pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente a imagem do dono da voz”.

Por se tratar de um meio fugaz, “a palavra falada, diferentemente da escrita, deve fazer sentido no exato momento em que for pronunciada, pois não é possível retornar e ler novamente para compreender seu sentido, como em um jornal” (MCLEISH, 2001, p. 62). Neste sentido, uma leitura correta e bem interpretada das notícias, por parte do locutor ou apresentador, é determinante para a compreensão exata do que está sendo proferido. Além do mais, a apresentação das informações deve ser feita a partir de uma linguagem que seja compatível com as características socioculturais da localidade ou região de cobertura da emissora.

Na situação atual do rádio, em que o improviso, o imediatismo e o ao vivo fazem parte da rotina produtiva das emissoras, não se consegue mais seguir a risca certas etapas da produção radiojornalística. Os apresentadores e repórteres, principalmente das emissoras *all News* e

*talk News*, que veiculam informações 24 horas, não possuem tempo para capturar as informações, redigir o texto e em seguida transmitir a notícia de acordo com todas as premissas do radiojornalismo.

Todos os meios de comunicação estão intrinsecamente ligados às questões do tempo. O rádio trabalha com a simultaneidade, já que ao mesmo tempo em que o fato está ocorrendo ele pode ser transmitido. Meditsch (2007, p. 209) destaca que pela primeira vez o rádio permitiu a exacerbação do ideal de dupla contemporaneidade do jornalismo, “possibilitando a superação do *período* – implícito na ideia de *periodismo* – pela *simultaneidade* – a simultaneidade entre a enunciação e o acontecimento externo referenciado, mais a simultaneidade entre a enunciação e a recepção do enunciado”. Entretanto, segundo o autor, essa dupla simultaneidade a que o radiojornalismo se refere, ocupa apenas uma parcela do tempo de fluxo, escondendo a condição de diferido do enunciado radiofônico. Muitas informações que são veiculadas dão a sensação de serem ao vivo, mas o que ocorre, em muitos casos, é a produção antecipada dos conteúdos. De acordo com Meditsch (2007, p. 209), “a condição *diferida* de um enunciado raramente é explicitada, enquanto os momentos de transmissão direta têm sempre esta condição enfatizada e, não raramente, simulada”.

Nas emissoras pequenas, a produção de matérias, reportagens e entrevistas com o uso de um enunciado diferido é bastante comum e, raramente, é informando esta condição. Corroborando com isso, Besspalhok (2005, p. 05) salienta que “não é raro apresentadores ‘dialogarem’ com gravadores. Em muitas emissões, a gravação é feita de tal forma que aparenta a simultaneidade entre produção e transmissão”.



Meditisch (2007) trabalha com quatro níveis “ao vivo”. O *vivo em primeiro grau*, que está presente no rádio desde o seu início, ocorrendo à simultaneidade entre enunciação e recepção, “não implicando a simultaneidade entre o tempo de produção do enunciado e sua enunciação” (MEDITSCH, 2007, p. 210). Ele refere-se, ainda, ao tempo do enunciado em paralelo ao tempo da vida real (do relógio).

De acordo com o autor, é considerado um *vivo em segundo grau* “o discurso produzido pela apresentação de um texto ao microfone, embora mantenha as características de um conteúdo diferido” (id.). O discurso produzido com antecedência, redigido ou memorizado e quando veiculado ganha aparência de ao vivo. Nas emissoras locais, principalmente aquelas com redações jornalísticas enxutas, este tipo de prática é bastante recorrente.

O *vivo em terceiro grau* aparece quando ocorre o imprevisto. Segundo Meditsch (2007, p. 213), “a própria elaboração do conteúdo é realizada simultaneamente à enunciação, com a utilização predominante do imprevisto sem planejamento prévio”. Este *vivo* ocorre em diferentes situações como entrevistas ao vivo, cobertura de fatos inesperados, entre outros.

O último nível abordado pelo autor é o *vivo em quarto grau*, quando ocorre a “isocronia entre quatro tempos: o do acontecimento, o da produção do relato, o da enunciação e o da recepção” (MEDITSCH, 2007, p. 213). Segundo o autor, essa seria a transmissão *ao vivo e direta*. Diferentemente do *vivo em terceiro ou segundo grau* que são identificados por muitos como *ao vivo e direta*. Essas transmissões são feitas principalmente nas emissoras maiores, que possuem equipes

especializadas e um número maior de profissionais trabalhando na cobertura jornalística.

Enfim, no que se refere à produção radiojornalística, somente a partir do conteúdo que é transmitido na grade da estação é que se tem o *feedback* da qualidade da informação, pois, como afirma Meditsch (2007, p. 109), “a velocidade da produção de notícias não permite outra forma de avaliação do material produzido que não seja *a posteriori*”.

Como vimos, o processo de produção de notícias percorre diversas etapas até chegar ao produto final, passando por interferências organizacionais, culturais e pessoais. Isto acontece não apenas em emissoras maiores, de abrangência nacional, mas também nas rádios locais de pequenos municípios.

## **4 O RADIOJORNALISMO LOCAL NAS RÁDIOS LUZ E ALEGRIA AM E SEBERI AM**

### **4.1 Rádio Luz e Alegria AM**

A Rádio Luz e Alegria iniciou suas irradiações por meio de alto-falantes em 1944, antes mesmo da fundação do próprio município onde está instalada, Frederico Westphalen, instituído em 28 de fevereiro de 1955. A emissora, pertencente à Igreja Católica, teve como um dos seus principais fundadores o Monsenhor Vitor Battistella, pároco da então localidade. Desde sua chegada à região, o padre sentia a necessidade de um meio de comunicação local e em 1944, instalou junto à casa Paroquial a “Amplificadora Luz e Alegria”.

De acordo com Toledo (2011, p. 3), “o conjunto era formado por um microfone, um toca-discos, um rádio e uma discoteca com mais de 300 músicas para todos os gostos e ocasiões, um verdadeiro sistema de alto-falantes que mais tarde se transformaria em estação de rádio”. Além de música, o sistema de alto-falantes instalado no alto da Igreja Matriz difundia informações da comunidade Católica durante algumas tardes da semana.

Em 1947, o médico porto-alegrense Paschoal Percy Gorrese acoplou à aparelhagem um transmissor de 23 Watts, que podia ser captado pelos aparelhos de rádio da época. Em condições climáticas normais, o som da estação atingia 15 quilômetros. Em seu livro lançado em 1969, o pároco destaca o aprendizado sobre rádio que adquiriu com o médico: “treinou-me e, meses depois, obtive-me o prefixo PY – 3TN. Tornei-me o primeiro radioamador de Frederico Westphalen” (BATTISTELLA, 1969, p. 149).

A Luz e Alegria (LA) operou por muito tempo sem legalização, saindo do ar por duas vezes. Em julho de 1954, o Monsenhor encaminhou um requerimento ao Ministério da Aviação e Obras públicas, solicitando o registro da emissora (BATTISTELLA, 1969). Toledo (2011, p. 12) complementa:

Com a ajuda do deputado Tarso Dutra, Mons. Vitor Batistella organizou a emissora na forma de uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada, tendo como sócios João Muniz Reis e Henrique Caovilla. A regularização, no entanto, ainda passou por outras dificuldades, de ordem tanto política quanto financeira. Com a portaria de autorização expedida em 21 de junho de 1956, a emissora ainda precisava se adequar para reabrir dentro do prazo de dois anos.

Em 26 de outubro do mesmo ano, o Departamento Nacional de Telecomunicações liberou uma portaria com o local para instalar os estúdios e o transmissor da AM. Entretanto, apenas em 28 de julho de 1957 a estação entrou efetivamente no ar. Emitindo a sua programação por meio de um transmissor *Telefunken*<sup>57</sup> de 100 Watts, na faixa 1450 KHZ, ZYU-65. Compunham a primeira equipe da rádio: diretor, Monsenhor Vitor Battistella; gerente, Edgar Marques de Mattos; locutores, Nolci Antonio Seben, Euclides Argenta e Marlene Pizzoni; redator, AntonioLütz Farias; Contabilidade, Edelar Cerutti; departamento técnico, Arlindo Bragante; sonoplastia, Dionisio Binotto e Wilson Ferigollo.

A emissora está instalada em sede própria desde o ano de 1973. Anteriormente, era sediada junto à Paróquia. Já na atual localização, em 1976, a rádio conseguiu aumentar sua potência para 1.000 Watts (1 KW), operando, assim, na frequência 1.160 KHZ. Quatro anos depois,

---

<sup>57</sup> Transmissor de rádio e televisão fabricado por uma empresa alemã.

em 1980, passou a transmitir com 5.000 Watts (5 KW), potência que mantém até hoje.

A Rádio Luz e Alegria LTDA fundou também a Luz e Alegria FM, sendo projetada em 1987 e entrando no ar, em definitivo, em 28 de setembro de 1989. A estação em FM opera na faixa 95.9. Sua programação é essencialmente musical. Por possuir duas emissoras de rádio, a empresa é conhecida como Complexo Luz e Alegria.

O Complexo Luz e Alegria faz parte da Fundação Monsenhor Vitor Battistella, instituída em 2006, quando passou a pertencer integralmente à Diocese. Até aquele ano, alguns colaboradores possuíam cotas da rádio. A Fundação hoje é presidida pelo Bispo Dom Antônio Carlos Rossi Keller e o Complexo tem como diretor-geral, Marco André Maciel. Cabe lembrar que, mesmo sendo uma emissora pertencente à Igreja Católica, a LA é uma estação de caráter comercial, que busca o lucro, com a venda de espaços publicitários na programação. Além das emissoras de rádio, a Fundação também possui um jornal impresso de circulação mensal, o “Jornal Luz e Alegria”, que veicula informações da Diocese de Frederico Westphalen<sup>58</sup>.

Além da veiculação tradicional, pela antena, a Luz e Alegria transmite sua programação também pelo site, via *streaming*. Tanto as programações do AM quanto do FM estão disponíveis na página: [www.luzealegria.com.br](http://www.luzealegria.com.br). No *website* são publicadas, ainda, informações produzidas pela emissora em texto, foto e vídeo.

No que tange à Luz e Alegria AM, nosso objeto de análise, podemos destacar que possui uma programação basicamente

---

<sup>58</sup> O material que serviu como base para contar a história da emissora foi disponibilizado pela direção da rádio. Ele foi produzido para a comemoração dos 60 anos da rádio.

jornalística, transmite ininterruptamente sete horas de conteúdos noticiosos, focados no município e região. O diretor da rádio, Marco André Maciel (2013)<sup>59</sup>, enfatiza: “a Luz e Alegria AM, o sentido dela é justamente estar inserida mais fortemente no jornalismo e na informação local e regional”. A estação abrange em torno de 30 municípios do norte e noroeste gaúcho e oeste catarinense.

Em 2003, a emissora se tornou afiliada da Rede Gaúcha Sat, transmitindo o *Notícia na Hora Certa*, *Correspondente Ipiranga*, *Jornada Esportiva*, bem como a programação do final da noite e madrugada (22h às 5h).

#### 4.1.1 Os profissionais

A Luz e Alegria AM tem seis profissionais focados na produção e apresentação dos programas radiojornalísticos. A coordenação de jornalismo é de responsabilidade do jornalista Agostinho Piovesan, que além de chefiar os trabalhos na redação jornalística e participar de alguns programas como o *Café com Futebol*, é também repórter correspondente do jornal impresso *Correio Povo*<sup>60</sup>. Outro jornalista integrante da equipe é Lucas Faustino, que trabalha como repórter externo, fazendo cobertura de eventos, reportagens, boletins externos e boletins comerciais.

É preciso salientar, ainda, que não conseguiremos nomear funções no departamento de jornalismo, pois alguns profissionais

---

<sup>59</sup>Entrevista concedida por MACIEL, Marco André. Entrevista III [30 abr. 2013]. Entrevistador: Bárbara Avrella. Frederico Westphalen, 2013. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice C.

<sup>60</sup> Jornal impresso de circulação estadual (Rio Grande do Sul).

exercem funções distintas como apresentador, produtor, repórter, por exemplo.

Adelar de Freitas trabalha na produção do *Jornal das Doze*, como repórter esportivo, na cobertura de eventos e também na produção de boletins comerciais. Integra ainda a equipe de comunicadores da Luz e Alegria FM. A produção e apresentação dos boletins do *Notícia da Hora* são de responsabilidade do comunicador Nelson Buzatto, que acumula a função de apresentador do programa *Atualidade*. Os profissionais que trabalham na produção de notícias também são responsáveis por abastecer o site da emissora.

Outros funcionários que integram a equipe de jornalismo são Valdir Buzatto, apresentador do programa *Jornal das Doze* e *Central de Notícias*, e comentarista do *Primeira Edição*; e Celso Santos, âncora durante toda a manhã, apresentado desde o *Primeira Edição* até o *Central de Notícias*. Dos profissionais citados, apenas Agostinho Piovesan e Lucas Faustino têm graduação em jornalismo. O diretor da rádio destaca os motivos de ter ou não profissionais formados em jornalismo na emissora:

O jornalista tem uma visão mais global do jornalismo e nós temos pessoas que trabalham na parte mais segmentada. Por exemplo, têm pessoas que trabalham focadas na redação, pessoas que trabalham focadas na reportagem, pessoas que trabalham focadas na elaboração de notícias pontuais etc. O jornalista, no caso, ele é uma pessoa mais abrangente que *tá* por dentro de todas essas situações pontuais. Mas também, com o objetivo de enxergar mais longe, de buscar notícias que possam fazer a diferença na programação de informação da rádio. Então, sem dúvidas a rádio precisa continuar tendo jornalistas e quanto mais puder ter, melhor (MACIEL, 2013).

Constatamos a partir da observação de campo que a maioria dos profissionais trabalha em média cinco horas, dependendo da função e do fluxo de trabalho do dia. Notamos também que o departamento de jornalismo da emissora é composto exclusivamente por homens.

#### 4.1.2 O Departamento de Jornalismo

O Departamento de Jornalismo está localizado na parte térrea da estação, ao lado de um dos estúdios de gravação e do departamento comercial. A redação não possui portas separando-a das demais áreas da rádio, é um local arejado e de fácil acesso. A mesa com os computadores é integrada no centro da redação, possui pequenas divisórias separando um espaço do outro. São quatro lugares com computadores, telefones, radinhos e fones de ouvido individuais, além de outros equipamentos necessários para a equipe. Há ainda um espaço na redação destinado ao coordenador de jornalismo, que abriga duas mesas, um computador, um telefone e materiais de uso individual.

A mesa integrada possui, ainda, microfones individuais para os repórteres poderem entrar ao vivo na programação sem se deslocar ao estúdio de transmissão. Este fica no andar superior da emissora, fazendo com que o contato entre o comunicador e os produtores e repórteres seja realizado por telefone, *skype* e redes sociais.

Os profissionais ficam a maior parte do tempo sentados em frente aos seus computadores e conversam sobre assuntos que envolvem a rotina jornalística, bem como temas variados. O ambiente é descontraído e agradável. O chimarrão, típico da cultura gaúcha é compartilhado por todos durante o trabalho. O som ambiente, em



volume moderado, é o mesmo que está sendo transmitido pela própria estação.

A Luz e Alegria possui dois estúdios para gravações; um de transmissão para a FM; um para a AM, este com espaço para a participação de quatro a cinco pessoas ao microfone. Ainda, a mesa de áudio da AM fica numa sala a parte, sendo manuseada por um operador de áudio, diferente da FM que a mesa de som é no próprio estúdio de transmissão e operada pelo comunicador<sup>61</sup>.

#### 4.1.3 A rotina produtiva

A semana é sempre iniciada com uma reunião de pauta, realizada todas as segundas-feiras, às 8 horas da manhã, com a participação de toda a equipe de jornalismo. Nela, discute-se o trabalho realizado na semana anterior e também é planejada a semana atual. Neste momento se fala sobre a *Interativa LA*<sup>62</sup> e são avaliadas algumas situações pontuais de eventos e coberturas que vão acontecer na região, os quais devem ter mais atenção e também aqueles que não necessitarão de demasiada dedicação (MACIEL, 2013).

O antigo coordenador de jornalismo da emissora, Marcelo de Bona, complementa que durante os demais dias da semana não há um protocolo de reunião:

---

<sup>61</sup> Atualmente repórteres, apresentadores, produtores e jornalistas de rádio denominam-se como comunicadores, pois a maioria deles exerce diferentes funções dentro das emissoras. Tanto a legislação do radialista quanto a do jornalista não explicita a função de “comunicador”.

<sup>62</sup> É uma enquête disponibilizada no site da emissora com assuntos que estão em pauta no momento. Na semana analisada o assunto era “O que representa o Frederico em Luz pra você?”. A enquête também é feita ao vivo nas ruas do município.

Como o departamento de jornalismo está concentrado em uma sala, a reunião ela não acontece necessariamente “*bom, agora vamos fazer uma reunião*”. Como o contato é muito próximo, as pessoas estão trabalhando aí, há uma conversa permanente na definição de pauta, na sugestão de assuntos, há uma sintonia muito grande, muitas vezes, não há necessidade de se ter protocolo de reunião, uma coisa fiel, porque a sintonia ela funciona bem e porque há uma proximidade (BONA, 2013)<sup>63</sup>.

No jornalismo do interior costuma-se priorizar os fatos provenientes do poder executivo, na maioria das vezes as notícias são escolhidas a partir do material recebido das assessorias de imprensa, que não se pode deixar de veicular, sem haver uma discussão de pauta. Além disso, trata-se de um veículo de informação imediata, já que “no rádio a instantaneidade e a urgência definem o que vai para o ar” (SEABRA, 2008, p. 116). Diferente da televisão, por exemplo, em que o produto vai pronto para o ar. Isto vai ao encontro do que destaca o jornalista Lucas Faustino (2013)<sup>64</sup>:

No radiojornalismo, é muito mais ao vivo do que produção. O ao vivo te tira o tempo que tu terias para fazer a produção. Por exemplo, no jornal impresso você tem um tempo maior para coletar as informações, depois fazer a entrevista, decupar essas informações e redigir o texto. Aqui o tempo é menor (FAUSTINO, 2013).

Ainda, cabe destacar que a produção radiojornalística é realizada basicamente no turno matutino. O período da tarde e noite são

---

<sup>63</sup>Entrevista concedida por BONA, Marcelo de. Entrevista IV [30 abr. 2013]. Entrevistador: Bárbara Avrella. Frederico Westphalen, 2013. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice D.

<sup>64</sup>Entrevista concedida por FAUSTINO, Lucas. Entrevista V [28 nov. 2013]. Entrevistador: Bárbara Avrella. Frederico Westphalen, 2013. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice E.

destinados à cobertura de eventos ou solenidades e acontecimentos improváveis que possam transcorrer no dia.

Os principais instrumentos para coleta de informações são o telefone e a internet. Quando necessário, há um repórter disponível para cobrir determinado evento, como veremos adiante. A estação possui também duas unidades móveis de transmissão capazes de fazer emissões ao vivo.

O material produzido é predominantemente local e regional. Os conteúdos de outras regiões, estado, nacionais e internacionais são buscados em sites jornalísticos na internet, agências de notícias para o rádio e através da retransmissão de programas produzidos pela emissora cabeça de rede, Rádio Gaúcha, de Porto Alegre. A Luz e Alegria é uma das afiliadas da Rede Gaúcha Sat.

#### 4.1.4 A programação radiojornalística

A Luz e Alegria veicula 17 horas de programação local diária, sendo que, destas, sete são exclusivamente destinadas ao radiojornalismo, além das inserções da síntese noticiosa *Notícia da Hora*, produzida pela emissora, que ocorrem em quatro edições diárias e o plantão que é feito durante o restante do dia.

A emissora dedica sete horas em sua grade para veiculação da programação da emissora cabeça de rede, Rádio Gaúcha, das 22h às 5h. O diretor, Marco André Maciel (2013), salienta a importância de ser afiliada à Rede Gaúcha Sat: “é uma grande parceira porque é um produto de jornalismo pronto. Hoje, seria totalmente inviável uma rádio de interior manter o jornalismo 24 horas por dia, não vale à pena, o custo é grande”.

A estação possui uma programação num formato linear, com programas que seguem uma linha semelhante (FERRARETTO, 2001). O conteúdo da programação é generalista, ou seja, contempla uma audiência variada, disponibilizando diferentes gêneros ou formatos dentro de uma programação diária ou semanal (PRIETO, 2001).

Para melhor compreensão da programação jornalística da Luz e Alegria AM, elaboramos uma tabela com a grade de programas que vão ao ar de segunda a sexta-feira<sup>65</sup>.

**TABELA 1**  
**Programação segunda a sexta-feira Luz e Alegria AM**

<b>Horário</b>	<b>Programa</b>	<b>Modelo de programa</b>
00:00 às 5:00	Rede Gaúcha Sat	Programação jornalística da Rede
05:01 às 06:14	Amanhecendo com Alegria	Programação Musical
06:15 às 6:59	Um Novo Dia Começa Para Ti	Mensagem do Pároco da Diocese
07h00 às 07:02	Notícia na Hora Certa (Gaúcha)	Síntese noticiosa de Hora em Hora da Rede Gaúcha Sat
07:15 às 07:50	Primeira Edição	Programação Jornalística local (radiojornal)
07:55 às 08:15	Café com Futebol	Programa esportivo – produção local

---

<sup>65</sup>Não trabalhamos com a programação de sábado e domingo por esta ser mais diversificada, mesclando música, informativos das Prefeituras, informativos comerciais entre outras atrações.

08:30 às 08:55 (segunda-feira). 08:30 às 08:55 (terça-feira). 08:30 às 08:55 (quarta-feira). 08:30 às 08:55 (quinta-feira) 08:30 às 08:55 (sexta-feira)	Boletim do Rádio Vaticano e Web Rádio Saúde; Rádio Repórter - Saúde em Família; Rádio Repórter – Especial Judiciário;  Rádio Repórter - Espaço do Empreendedorismo; Rádio Repórter – Especial Segurança Pública.	Segunda-feira (programação de agência de notícia); Terça-feira a sexta-feira (entrevistas - programação jornalística).
09:10 às 11:00	LA Regional	Programação jornalística local (radiojornal)
09:30 às 09:35	Notícia da Hora	Síntese noticiosa (produção própria)
10:00 às 10:02	Notícia na Hora Certa (Gaúcha)	Síntese noticiosa da Rede Gaúcha Sat
10:30 às 10:35	Notícia da Hora	Síntese noticiosa (produção própria)
11:00 às 11:02	Notícia na Hora Certa (Gaúcha)	Síntese noticiosa - Rede Gaúcha Sat
11:10 às 11:45	Central de Notícias	Programação jornalística (radiojornal)
11:50 às 11:59	Mensagem do Pároco	Programete religioso
12:00 às 12:02	Notícia na Hora Certa	Síntese noticiosa - Rede Gaúcha Sat
12:05 às 12:30	Jornal das Doze	Programação jornalística local (jornal falado)

12:31 às 12:40	A Hora do Recado	Serviços de utilidade pública
12:50 às 12:59	Correspondente Ipiranga	Síntese noticiosa - Rede Gaúcha Sat
13:10 às 13:59	Atualidade	Programa jornalístico de variedades (produção própria)
14:00 às 14:02	Notícia na Hora Certa	Síntese noticiosa - Rede Gaúcha Sat
14:05 às 16:00	Variedades	Programa Musical
14:30 às 14:35	Notícia da Hora	Síntese noticiosa - (produção própria)
15h00 às 15:02	Notícia na Hora Certa	Síntese noticiosa - Rede Gaúcha Sat
15:30 às 15:35	Notícia da Hora	Síntese noticiosa (produção própria)
16:00 às 16:02	Notícia na Hora Certa	Síntese noticiosa - Rede Gaúcha Sat
16:05 às 17:58	Bailanta de Galpão	Programação Musical
18:00 às 18:40	Santa Missa	Missa Cripta Diocesana
18:40 às 18:59	Músicas	Programação Musical
19:00 às 19:59	A Voz do Brasil	Programa do Governo Nacional de veiculação obrigatória
20:00 às 20:10	Correspondente Ipiranga	Síntese noticiosa da Rede Gaúcha Sat

A partir das 20:10 (segunda-feira); 20:10 às 22:00 (terça-feira), a partir das 22h (Gaúcha); 20:10 às 22:10 (quarta-feira e sexta-feira), a partir das 22:00 (Gaúcha); 20:00 às 22:00 (quinta-feira). A partir das 22:00	Rede Gaúcha Sat;  Câmara Municipal de Vereadores de Frederico Westphalen; LA Dentro da Noite;  Ideia Pública  Rede Gaúcha Sat	Rede Gaúcha Sat;  Produção local (transmissão ao vivo) e Rede Gaúcha; Programação musical e Rede Gaúcha;  Programa de Variedades local e Rede Gaúcha.
---	--	--

Tabela ilustrativa elaborada pela pesquisadora.

Como nosso trabalho está focado no radiojornalismo, excluiremos da nossa análise os programas musicais e de entretenimento, assim como os intervalos comerciais e espaços terceirizados (informativos das prefeituras, sindicatos etc.). Além disso, como nosso foco é o local, não analisaremos o conteúdo disponibilizado pela Rede Gaúcha Sat, apenas verificaremos o tempo dispensado para a transmissão de conteúdos da rede.

O primeiro programa jornalístico é o radiojornal *Primeira Edição*, sendo transmitido das 7h15 às 7h50. Nele são trazidas as manchetes dos principais jornais de circulação no estado gaúcho (Correio do Povo e Zero Hora); a previsão do tempo para todo o Rio Grande do Sul, região e município; informações da segurança pública

local e regional (Brigada Militar, Polícia Rodoviária Estadual, Bombeiros e Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU)); a *Interativa LA*; e as principais notícias do dia.

Na sequência, vai ao ar o *Café com Futebol*, o programa é uma espécie de mesa-redonda, com foco nos principais campeonatos de futebol local, estadual, nacional e internacional. Aborda discussões principalmente a respeito de um time de futebol local, o União Frederiquense, e nos representantes do estado em campeonatos nacionais e internacionais, Grêmio e Internacional. O *Café com Futebol* tem a participação da equipe do departamento de jornalismo da emissora.

Às 8h20, nas segundas-feiras, é veiculado o programete *Boletim do Vaticano*, produzido pela Rádio Vaticano e retransmitido pelas emissoras cadastradas. Em seguida, é reproduzido um programete da *Rádio Web Saúde*, uma produção do Ministério da Saúde. De terças a sextas-feiras é transmitido o programa *Rádio Repórter*, em que cada edição possui foco em uma temática. Nas terças, *Saúde em Família*; quarta-feira, *Judiciário*; quinta, *Espaço do Empreendedorismo*; e, sexta-feira, *Segurança Pública*. O *Rádio Repórter* é um programa de entrevistas com a participação do ouvinte, que colabora mandando perguntas através do e-mail, redes sociais e telefone.

Em seguida, começa o radiojornal *LA Regional*. O programa inicia com o quadro *O dia na História*, que lembra as datas marcantes daquele dia na história mundial. Traz também as manchetes dos principais sites de notícias do país (G1, ClicRBS, Uol, Diário Catarinense, O Globo, entre outros). O foco do noticiário são as



informações do município e da região, mesclando notícias e entrevistas. Matérias produzidas pela Agência RadioWeb também são transmitidas.

Durante toda a programação, vão ao ar quatro edições do *Notícia da Hora*, síntese noticiosa de cinco minutos com informações locais e regionais transmitidas diretamente do departamento de jornalismo da emissora. As edições são veiculadas às 9h30, 10h30, 14h30 e 15h30 e produzidas e apresentadas por Nelson Buzatto.

Às 11h10 inicia o radiojornal *Central de Notícias*, apresentado por Celso Santos e Valdir Buzatto, com participação no quadro *Giro de Informação* dos repórteres Adelar de Freitas, Lucas Faustino e Nelson Buzatto. O programa mescla informações locais, regionais, estaduais e nacionais. Também procura trazer entrevistas com pessoas proeminentes no município ou região.

Ao meio-dia começa o *Jornal das Doze*, noticiário da emissora no formato de jornal falado. Nele são veiculadas as principais notícias locais e da região, a maioria delas já reproduzidas nos programas anteriores. O informativo tem duração de 50 minutos.

Encerrando a programação jornalística, das 13h10 às 14 horas vai ao ar o *Atualidade*, programa de variedades que mescla curiosidades, debate entre a equipe de jornalismo da estação, previsão do tempo, a *Interativa LA* e as notícias de maior repercussão no dia.

#### 4.1.5 Produção e programação radiojornalística local: análise da semana do dia 25 a 29 de novembro de 2014

Durante a produção da manhã, os profissionais da equipe de jornalismo se dedicam à verificação do e-mail do Departamento, redes sociais (próprias e da estação), sites dos Poderes Executivos e Legislativos (Prefeituras, Governo do Estado, Câmara de Vereadores) e portais de notícias (G1, Terra, ClicRBS). A leitura de jornais impressos de circulação nacional e estadual, prática comum em redações radiofônicas, é rara na Luz e Alegria. A prática se dá em relação à verificação dos jornais locais (Folha do Noroeste, O Alto Uruguai, Jornal Frederiquense) - de veiculação municipal e regional – nos dias em que eles circulam. Isto se deve principalmente ao fato da emissora ter sua produção e audiência focadas no município e região, como veremos adiante.

Como não há reuniões de pauta diárias, os temas são tratados no transcorrer da manhã, conforme haja a necessidade. Na maioria das vezes, o coordenador de jornalismo, Agostinho Piovesan, toma decisões autônomas com relação a assuntos que serão abordados no dia ou na semana. Vez ou outra, o coordenador sugere à equipe temas que poderão ser tratados e fontes a serem contatadas. Exemplo disso foi a sugestão dada por Agostinho à Lucas Faustino para convidar o Cacique da Aldeia Indígena de Vicente Dutra, município pertencente à microrregião de Frederico Westphalen, a participar como entrevistado no *LA Regional*. No entanto, o próprio coordenador agendou a entrevista com o Cacique<sup>66</sup>.

---

<sup>66</sup> Observação realizada no dia 26 de novembro.

Lucas Faustino, o profissional mais recente da equipe, aponta para a facilidade por parte dos colegas mais experientes em conseguir determinadas informações:

Claro que algumas pessoas com mais respaldo, um tempo maior de profissão, conseguem com mais facilidade essas fontes. Por exemplo, vai ter uma mudança de secretário, uma pessoa que já tem uma carreira maior que é o nosso colega Agostinho, ele consegue ter acesso a essa informação mais rápido do que alguém que está começando. É um processo de construção de fontes que o próprio trabalho, a própria credibilidade que a pessoa constrói, vai trazer isso futuramente.

Agostinho Piovesan (2013)<sup>67</sup> salienta que muitas informações chegam à redação por conta dele ser também funcionário do *Correio do Povo* – que é um jornal de circulação estadual –, o que facilita o contato com algumas fontes: “é diferente quando tu fala ‘*trabalho no jornal local*’ de quando tu fala ‘*não, é informação pro Correio do Povo*’. O pessoal até prioriza a informação, abre mais o jogo, porque sabe que é em nível estadual”.

Verificamos que a maioria dos contatos para entrevistas ou busca de informações complementares por telefone foram realizadas pelos dois jornalistas da equipe, Agostinho Piovesan e Lucas Faustino. As ligações de cunho jornalístico recebidas eram direcionadas principalmente ao jornalista mais experiente, Agostinho Piovesan. Os demais funcionários, Nelson Buzatto e Adelar de Freitas, se dedicaram exclusivamente à produção do *Notícia da Hora*, *Jornal das Doze* e a abastecer o site e redes sociais.

---

<sup>67</sup>Entrevista concedida por PIOVESAN, Agostinho. Entrevista VII [28 nov. 2013]. Entrevistador: Bárbara Avrella. Frederico Westphalen, 2013. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice G.

Durante a semana de análise, houve poucas discussões sobre os assuntos que estavam pautados ou que poderiam se tornar notícia. As conversas se concentraram mais na importância de entrevistar determinada pessoa e nos conteúdos de matérias que eram produzidas. Os principais assuntos pautados e debatidos naquela semana foram: audiência pública em Vicente Dutra, município vizinho, referente aos confrontos que estavam ocorrendo entre indígenas e agricultores a respeito da demarcação de terras; troca de secretariado na administração municipal de Frederico Westphalen; e abertura do “Frederico em Luz”, comemoração natalina concentrada principalmente na Praça da Matriz, em Frederico Westphalen.

A produção externa da estação ocorre de maneira esporádica. Não há uma obrigação por parte dos repórteres em fazer este tipo de trabalho. Assim como os profissionais não necessitam seguir metas produtivas, apenas não deixarem de cobrir determinados eventos que estão pautados. Quando há a necessidade, essas produções são feitas, na maioria das vezes, pelo jornalista Lucas Faustino e pelo repórter Adelar de Freitas. Nos quatro primeiros dias de observação, o jornalista saiu às ruas de Frederico Westphalen para realizar a *Interativa LA* com a população local. Outras atividades externas verificadas na observação de campo foram a participação em uma coletiva de imprensa com o prefeito de Frederico Westphalen (27/11) e também uma audiência pública realizada no município vizinho de Vicente Dutra (29/11). A pouca incidência de coberturas jornalísticas se dá, principalmente, pelo número reduzido de profissionais no departamento de jornalismo, acarretando, assim, a escassez de tempo para realização dessas produções.

Durante a semana, a produção foi feita especialmente por meio do telefone, a partir de agendamentos e realizações de entrevistas com representantes dos Poderes Executivos Municipais (prefeitos, secretários) e instituições privadas (Universidade Regional Integrada – URI, Câmara de dirigentes lojistas – CDL, time de futebol local etc.). Verificamos que o telefone contribuiu decisivamente para a construção das pautas na emissora, sendo imprescindível para a agilidade na captação da informação e na diminuição dos custos de produção, já que não há a necessidade do deslocamento de alguém da equipe para realização de entrevistas ou apuração dos fatos. Sant’Anna (2008, p. 87) destaca a preferência das estações em realizar entrevistas de estúdio ou telefônicas: “elas dispensam a necessidade de um repórter de externa, pois ou a fonte se desloca fisicamente até a emissora, ou é entrevistada pelo telefone”. No dia 25 de novembro, no programa *LA Regional* foram veiculadas três entrevistas (gravadas e ao vivo) em um período de uma hora, todas com duração média de 10 minutos cada. As entrevistas foram realizadas com representantes oficiais de entidades do município.

As fontes oficiais (LAGE, 2001) são as mais utilizadas pela emissora. Representantes das administrações públicas do município e região, associações, sindicatos, órgãos da segurança pública estão entre os principais contatos. Notamos uma grande procura principalmente por parte do poder executivo municipal e regional em “ter voz” na Luz e Alegria, assim como a rádio procura priorizar informações referentes a esses órgãos. Segundo Adelar de Freitas (2013)<sup>68</sup>, “com municípios tão

---

<sup>68</sup>Entrevista concedida por FREITAS, Adelar de. Entrevista VI [28 nov. 2013]. Entrevistador: Bárbara Avrella. Frederico Westphalen, 2013. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice F.

pequenos tudo se concentra nas prefeituras, nas administrações, prefeitos, e aí há muitas informações”. Isto ocorre em virtude desses pequenos municípios possuírem poucos fatos que possam realmente ser caracterizados como notícias. Assim, os órgãos públicos se tornam os principais redutos de informações.

Percebemos, ainda, que os sites das Prefeituras, Câmara de Vereadores e do Governo do Estado são acompanhados constantemente pelos profissionais da rádio. O telefone também foi elemento fundamental no contato com essas instituições. No entanto, Pereira Júnior (2006) ressalta os perigos na utilização dessas fontes:

É preciso muito cuidado para não cair no círculo vicioso da hierarquia rígida entre as fontes de informação, dar trela a oficialismos ou *lobbies* e fazer do veículo de informação uma tribuna para o jornalismo declaratório, aquele que se satisfaz com declarações de celebridades, políticos e empresários, pouco importa se sustentadas em fatos (PEREIRA JÚNIOR, 2006, p. 84).

Verificamos que, de um total de 188 notícias (incluindo as entrevistas, excluímos apenas os materiais retransmitidos da Rede Gaúcha Sat) veiculadas na programação durante os cinco dias de análise, 71 foram referentes às Prefeituras, Câmaras de Vereadores ou órgãos do Governo Estadual. Destas, 10 foram entrevistas de longa duração com representantes diretos dos governos. Lucas Faustino (2013) ressalta o motivo da utilização de entrevistas extensas: “você vai fazer uma entrevista com um secretário, dessa entrevista de cinco, oito, dez minutos, se você usar só 30 segundos de áudio, numa matéria de quatro minutos ou três minutos, que seria o interessante para o rádio, pelo dinamismo, vai ter algum problema: *‘como é que você só usou 30 segundos da entrevista que nós fizemos?’*”.

A preocupação em dar voz aos representantes do poder público municipal e regional é constante. Exemplo disso foram as diversas ligações realizadas e recebidas com o intuito de sanar dúvidas e agendar entrevistas ao vivo na programação. Notou-se, ainda, que apenas na quinta-feira (28 de novembro de 2013) não foi realizada qualquer entrevista com representantes da prefeitura municipal de Frederico Westphalen. Em compensação, na mesma data foram entrevistados dois prefeitos de municípios vizinhos e um deputado federal da região.

Devemos levar em conta que as prefeituras são, na maioria das vezes, as principais fontes de arrecadação dos veículos de comunicação do interior. Dornelles (2004, p. 7) observa a falta de independência de alguns jornais do interior por conta das verbas publicitárias recebidas de prefeituras: “os jornais, salvo raras exceções, evitam publicar matérias que possam descontentar o Executivo Municipal”. O mesmo ocorre na maioria das rádios interioranas, visto que essas emissoras dependem das verbas disponibilizadas pelo governo local. Por exemplo, a prefeitura de Frederico Westphalen investe 66 mil reais por ano na Luz e Alegria (FAUSTINO, 2013)<sup>69</sup>.

No nosso estudo, constatamos que em nenhum momento as notícias veiculadas referentes ao Poder Executivo Municipal continham conteúdos negativos. Tornando-se um indicativo do comprometimento financeiro que a emissora tem com a administração pública municipal. Mas, segundo Adelar de Freitas (2014)<sup>70</sup>, “o investimento não evita investigações. Porém, se houver notícia relacionada à prefeitura deve ser bem embasada e com direito à resposta no momento da notícia”. O

---

<sup>69</sup> Informação concedida durante a observação de campo.

<sup>70</sup> FREITAS, Adelar. **Perguntas** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por barbara.avrella@gmail.com em 12 mai. 2014. Apêndice F.

comunicador destaca, ainda, que a veiculação de fatos que possam repercutir mal para a emissora e gerar prejuízos de toda ordem são evitados.

Por conta da emissora estar ligada diretamente à Igreja Católica, é compreensível que determinados assuntos, mesmo que interessem diretamente a população local, não sejam abordados. Bem como, seria ingênuo esperar que a rádio veicule todo e qualquer assunto mesmo que estes possam lhe trazer prejuízos.

A partir da análise dos áudios, percebemos que não há presença expressiva de conteúdos polêmicos que levem a prática do jornalismo investigativo. A única vez que se tratou de um tema mais embaraçoso foi a respeito dos conflitos ocorridos no município vizinho, Vicente Dutra, entre indígenas e agricultores referentes à demarcação de terras. Mesmo se tratando de um embate, não houve aprofundamento na investigação, como por exemplo, a procura por fatos desconhecidos ou encobertos e depoimentos de testemunhas. Foram feitas apenas entrevistas com alguns envolvidos diretamente no acontecimento. Lucas Faustino ressalta uma das razões por não trabalharem com este gênero do jornalismo: “não tem muito do jornalismo investigativo, até porque aqui é uma cidade pequena então pouca coisa acontece nesse sentido”. Conforme observamos, o comprometimento ao se veicular determinadas informações que possam trazer prejuízos à estação também está entre as razões de não se praticar o jornalismo investigativo, em razão de certos conteúdos prejudicarem o prestígio da rádio diante das fontes. Martino e Silva (2013) apontam para prática de um jornalismo mais declaratório:



O jornalismo investigativo se caracterizaria, de saída, pela ênfase na investigação mais aprofundada dos fatos, em contraposição ao que seria o “jornalismo declaratório”, baseado apenas na justaposição da fala de fontes mais ou menos previsíveis e autorizadas; “chapa branca”, no qual a ênfase reside na reprodução de declarações oficiais, ou mesmo, como define Aloysio Biondi (2004), “chapa rosa”, que, embora aparentemente siga todos os cânones do dever/ser profissional, caracteriza-se por uma postura de adesão às fontes ou versões oficiais (MARTINO; SILVA, 2013, p. 20).

A prática do jornalismo investigativo se torna ainda mais difícil no jornalismo do interior devido aos profissionais serem figuras conhecidas da população e estarem envolvidos diretamente com o dia a dia da localidade.

Como constatamos, os municípios do noroeste e norte gaúcho (Região do Médio Alto Uruguai e Região Ceileiro) são os de maior repercussão na emissora. Em entrevistas feitas com a equipe de jornalismo e direção da rádio, a maioria fez questão de frisar que a estação procura transmitir conteúdos locais e regionais: “A Luz e Alegria AM, o sentido dela é justamente estar inserida mais fortemente no jornalismo e na informação local e regional. Ela tem que ser uma fonte de informação regional e esse é o nosso objetivo como rádio” (MACIEL, 2013). Segundo Marcelo de Bona (2013), “ela tem uma programação voltada à região, com programas de reportagens, de debates e principalmente de entrevistas, sempre enaltecendo o que é da região”. Já Adelar de Freitas (2013) salienta: “como a internet, hoje, traz informação tanto estadual quanto nacional, a gente como emissora regional tem que se ater mais nas informações locais”.

A partir do que foi verificado na semana de observação de campo, comprovamos que a emissora centraliza majoritariamente sua

produção em conteúdos locais e regionais, sendo obtidos de diversas formas.

A internet está entre as principais ferramentas de captação e apuração de informações locais. O correio eletrônico é um dos canais disponíveis na rede e utilizado constantemente pela emissora, sendo fundamental para o contato com as fontes e os ouvintes. Marcelo de Bona reforça: “É pelo e-mail que se recebe muitas sugestões, releases”. Verificamos que é frequente a atualização do endereço de mensagem eletrônica da rádio, já que é por meio dele que chegam as informações disponibilizadas principalmente pelas fontes oficiais, empresariais, institucionais, notáveis e especializadas. Estas agem, na maioria das vezes, de forma ativa, enviando *releases* e materiais de apoio para a produção de notícias (SCHMITZ, 2011). Estas fontes são representadas especialmente pelas assessorias de imprensa, que através das suas *mailling list* distribuem *releases* para inúmeros veículos de comunicação.

Esses *releases* enviados pelas assessorias de imprensa, que teriam o intuito de ser um ponto de partida para a construção da notícia, são, em grande parte, reproduzidos na íntegra pela Luz e Alegria.

Os textos elaborados por assessorias de imprensa podem acabar com o status de material definitivo que será publicado no dia seguinte, pois as etapas de checagem e até mesmo de redação final da matéria por vezes são ‘queimadas’ por repórteres, que chegam a publicar os releases na íntegra, ou com pouquíssimas alterações, ainda assim de teor meramente estilístico (uma ou outra mudança em frases, cortes, substituições de termos, inversão da ordem de parágrafos – mas com pouca ou mesmo nenhuma adição de informação) (SANT’ANNA, 2008, p. 2).

No caso da LA, é notória a prática de "copiar e colar" - o conhecido "ctrl+c, ctrl+v" -, utilizando matérias prontas produzidas por outras fontes. Um exemplo disto foi a reprodução de uma notícia no dia 25 de novembro de 2013 sobre a “intensificação da fiscalização na BR-386, no Rio Grande do Sul”. Em nenhum momento houve o aprofundamento da informação, complementação do conteúdo ou até mesmo adequação para o meio (Anexo 1 – matéria reproduzida em diversos meios; Anexo 9 - CD – áudio 1). A informação é de interesse regional, pois a BR-386 inicia em Iraí (outro município da microrregião de Frederico Westphalen). Mesmo assim, não teve, por exemplo, entrevistas com representantes da Polícia Rodoviária Federal ou sonoras com pessoas que circulam na rodovia, ocorrendo a simples veiculação do material produzido por este órgão. No entanto, Adelar de Freitas (2014) afirmou o contrário, assegurando que, na emissora, os releases são usados em sua maioria como ponto de partida para a construção da notícia e também servem para o agendamento de entrevistas com as pessoas envolvidas no acontecimento.

Constamos que apenas em alguns momentos, os releases, além de serem reproduzidos na íntegra, servem também para contextualização do tema. A utilização desse material como complementação para realização de entrevistas ou contextualização de um tema foi detectada 10 vezes na semana analisada. Uma delas foi no dia 26 de novembro, a respeito de um evento realizado pela Sicredi Alto Uruguai RS/SC (Anexo 2 – release Sicredi; Anexo 9 – CD – áudio 2). Identificamos, desta forma, que a emissora é baseada no que chamamos de jornalismo declaratório, apoiando-se majoritariamente em informações oficiais, sejam a partir de *releases* ou entrevistas.

Averiguar as páginas na *web* dos Poderes Executivo e Legislativo e também de outros sites jornalísticos locais é rotineiro na emissora. No decorrer da semana foi corrente essa prática. No dia 26 de novembro, terça-feira, enquanto verificava os sites locais (câmara de vereadores, prefeitura, entre outros) o comunicador Nelson Buzatto fez a seguinte exclamação: “Mas hoje não está saindo notícia em lugar nenhum”. Isto comprova a dependência da emissora por materiais prontos disponibilizado por esses órgãos. Informações publicadas no site da prefeitura municipal de Frederico Westphalen, por exemplo, são constantemente copiadas sem adequação. Na segunda-feira, 25 de novembro, foi veiculada uma notícia a respeito do tratamento de água no interior de Frederico Westphalen, averiguamos que a mesma foi retirada do site da administração municipal e veiculada na íntegra no ar (exemplo, Anexo 3 – matéria sobre tratamento de água no interior do município; Anexo 9 – CD – áudio 3).

Serviços de utilidade pública como a previsão do tempo e a cotação dos indicadores do agronegócio também aparecem inúmeras vezes no decorrer do dia. A previsão do tempo evidencia as condições climáticas do estado, região e municípios, sem citar a fonte da informação. Detectamos que a previsão do tempo é encontrada nos principais sites de meteorologia do país. O conteúdo dos indicadores do agronegócio refere-se ao valor do dólar e outras moedas e a cotação dos produtos agrícolas. Quando veiculada a cotação dos produtos agrícolas é informada a origem do conteúdo, pois se trata de uma empresa do ramo agropecuário da região, a Cotrisal (Cooperativa Triticola Sarandi LTDA), possível parceira da emissora. No caso dos indicadores econômicos, não é citada a procedência da informação.

Foi perceptível, durante a análise, a frequente visualização - por parte da equipe de jornalismo da emissora - dos sites dos principais veículos de comunicação da região, principalmente de jornais impressos, rádios e portais de notícias. Nesse sentido, Marcelo de Bona acrescenta: “Claro que a gente também se baseia por outros canais de comunicação, ouve outras rádios, acompanha outros sites. Faz parte do jornalismo a gente estar inteirado de tudo que acontece, especialmente aqui na região”. Essa prática permite aos profissionais da estação pautar e complementar informações, ficar a par dos fatos que a concorrência aborda e, principalmente, verificar se notícias veiculadas no ar e/ou no site da Luz e Alegria são reproduzidas por outros veículos de comunicação locais e regionais. De acordo com o diretor Marco Maciel, a estação busca ser pioneira na geração de conteúdos, por isso, “a notícia que se coloca no site acaba sendo visualizada, muitas vezes, inserida em outras emissoras de rádio em nível regional ou até fora da nossa região, esse é o nosso compromisso” (MACIEL, 2013).

Quando questionado a respeito da produção de notícias ser suficiente, Agostinho Piovesan demonstra certa insatisfação acerca das práticas jornalísticas no município e região:

Acho que hoje em dia, de certa forma, não há acomodação, mas dá pra avançar mais, buscando novas informações e ângulos diferentes da notícia. Não ficar sempre na mesma coisa. E, como na região um copia o outro, então acho que dá pra avançar muito mais, tem que mudar um pouco o jornalismo da região. Nesse sentido de buscar, de fazer diferente, até contestar mais. Não custa à democracia contestar um pouco. Por exemplo, mesmo que a prefeitura tenha algum contrato com jornais, dá pra contestar (PIOVESAN, 2013).

Essa afirmação representa tudo que temos observado na emissora: informações baseadas no jornalismo declaratório, pouco aprofundamento do conteúdo e veiculação de notícias sem citar a fonte.

Percebeu-se também que a Luz e Alegria compartilha informações com profissionais de empresas de comunicação distintas. Há uma parceria entre a emissora e o Jornal Folha do Noroeste. Em diversas situações, profissionais do jornal impresso local fazem coberturas dos fatos e compartilham com a produção da estação, o oposto também acontece. No dia 27 de novembro, quarta-feira, aconteceu um temporal no município e a equipe do Jornal Folha do Noroeste realizou fotos e um texto sobre o ocorrido. A matéria foi compartilhada no site da Luz e Alegria e no dia seguinte veiculada no ar. Em ambas as situações (site e antena), é citada a fonte, o Jornal Folha do Noroeste (Anexo 4 – temporal em Frederico Westphalen; Anexo 9 – CD – áudio 4). Segundo Adelar de Freitas (2013) a estação busca informações em sites jornalísticos da região que mantenham alguma parceria com a Luz e Alegria.

Produções jornalísticas que são comuns em emissoras maiores, como reportagens, documentários e debates não estão entre as praticadas pela LA. Notamos que as reportagens pré-produzidas ou ao vivo, por exemplo, não ocorreram em quantidades consideráveis. A única vez que constatamos que houve este tipo de abordagem noticiosa foi durante a audiência pública realizada no município vizinho, Vicente Dutra, a respeito dos conflitos entre os agricultores e indígenas referentes às demarcações de terra, no dia 29 de novembro, sexta-feira pela manhã. A reportagem foi construída ao vivo e o repórter Lucas Faustino trouxe detalhes do ambiente. Informações a respeito das ações que estavam

ocorrendo no evento, das pessoas proeminentes que se faziam presentes e também entrevistas com os envolvidos no assunto foram ao ar. Para contextualizar o fato, diversos boletins ao vivo foram inseridos no decorrer da programação da manhã. Isto demonstra, entre outras coisas, a carência no número de profissionais e a falta de incentivo e qualificação para elaboração de um material que demandaria mais tempo e recursos de produção e edição.

Ainda, a LA possui uma estrutura técnica mais avançada que a de outras estações da região, como a rádio Seberi, por exemplo. Com equipamentos modernos para produção e transmissão externa. Além disso, possui uma equipe técnica capaz de auxiliar em todo processo, não sobrecarregando o repórter com essa função. Mesmo com todas essas vantagens técnicas a emissora expressa uma escassez de conteúdos mais elaborados, como as reportagens. Segundo Milton Jung (2004, p. 114), “é na reportagem que o jornalismo se diferencia, levanta a notícia, investiga fatos, encontra novidades, gera polêmica e esclarece o ouvinte. Fora dela sobra pouco do ponto de vista da criação, quase tudo se resume à cópia”.

Enquanto as reportagens foram pouco aproveitadas na produção e programação local, as entrevistas de longa duração foram majoritárias, aparecendo 28 vezes durante a semana. Cabe destacar que todas elas abordavam temas vinculados à comunidade local e regional. O que reforça ainda mais a predisposição da emissora em fazer um jornalismo basicamente declaratório.

As informações do *Notícia da Hora* são reprisadas em outras edições do noticiário, principalmente as reproduzidas à tarde. Notícias que ganharam repercussão na manhã também são repetidas no *Jornal*

*das Doze*, e o mesmo ocorre com a principal entrevista do dia, que é editada e veiculada no programa. As notícias transmitidas nesses programas são basicamente as fornecidas pelas assessorias de imprensa e algumas, por serem informação de serviço, são utilizadas em outras edições da semana.

Em diversos momentos durante a semana analisada foi excedido o tempo de alguns programas, a maioria em função das entrevistas prolongadas e dos boletins e intervalos comerciais. Os boletins comerciais, direto das empresas patrocinadoras, bem como participações no estúdio de representantes desses estabelecimentos comerciais, são constantes na programação e ocupam um espaço considerável da grade jornalística. Não só apropriam-se do espaço na programação jornalística, como também tomam tempo dos repórteres, que ao invés de elaborarem notícias são submetidos à produção de conteúdo publicitário. Segundo Santa'Anna (2008, p. 80), “é igualmente comum a comercialização de espaços para a veiculação de mensagens publicitárias disfarçadas de boletins jornalísticos”.

Lucas Faustino (2013) explica a questão da falta de tempo e espaço na grade da emissora para algumas notícias: “tem dias que há mais eventos, mais entrevistas coletivas por parte da administração municipal ou entidades, boletins comerciais que são necessários. Então, o tempo e espaço se tornam pequenos. Mas, na maioria das vezes a gente consegue ter um padrão”. O jornalista ressalta ainda que na segunda-feira há poucas informações, na terça já se tem um número maior, e o auge de notícias é na quinta e sexta-feira, quando geralmente falta espaço para colocar as informações. Em função de a estação dar prioridade aos fatos locais e regionais provenientes de instituições



públicas e privadas, muitas das informações só chegam à emissora depois de serem pré-produzidas por estes órgãos, sendo elaboradas no decorrer da semana. Por isso, a escassez de conteúdos nas segundas-feiras.

O *Jornal das Doze*, principal programa de notícias da emissora, conta com um número mais expressivo de informações, verificamos que há realmente um padrão na quantidade de notícias veiculadas. Na segunda-feira, foram veiculadas 14 notícias; terça-feira, novamente 14; quarta-feira, 15 informações; a quinta-feira foi o único dia em que mais notícias foram reproduzidas, um total de 17; já na sexta-feira também foram transmitidas 15 matérias. No rádio, busca-se uma unidade entre as informações, sendo ordenadas conforme a similaridade de assuntos, por editoriais, por zonas geográficas e em fluxo de informação (FERRARETTO, 2001, p. 246). No *Jornal das Doze*, os blocos de notícias são estruturados por zonas geográficas, começa-se com os conteúdos estaduais, depois regionais e por últimas as notícias locais. Com isso, determinando um padrão no número de informações no noticiário.

Quando observada a participação do ouvinte na construção das notícias, seja a partir de sugestões de pauta ou complementação do conteúdo, não verificamos essa incidência. Em momento algum foi relatada e debatida pela equipe do departamento de jornalismo alguma informação que tenha sido pautada pelo público. Durante a análise do áudio, também notamos pouca participação dos ouvintes, sendo reconhecida apenas a colaboração nos quadros *Saúde em Família* do programa *Rádio Repórter*, que vai ao ar nas terças-feiras, e na enquete do *Interativa LA*. Verificamos também o envolvimento do ouvinte em

outras duas oportunidades, no dia 27 de novembro, sobre o lixo no interior do município; e no dia 28 de novembro, referente à chuva que aconteceu na noite anterior. Isto vai de encontro à preocupação exposta por Bertolt Brecht nos anos 1920. Segundo o autor, o rádio deveria não apenas emitir, mas também receber. Que o ouvinte não deveria apenas ouvir, mas também falar (BRETCH, 2005, p. 37).

O rádio, desde o início do seu desenvolvimento é o meio de comunicação de massa mais interativo. Antigamente, através das cartas, hoje, a partir dos novos recursos tecnológicos, principalmente pelo celular e a internet, que é dotada de canais de interatividade como as redes sociais, enquetes, seções “Fale Conosco” e e-mail. Segundo Luciano Klöckner (2011, p.126-127), “a interatividade no rádio é mais efetiva que a participação, em que só o nome do ouvinte pode ser citado em um programa e/ou sua presença anunciada sem que haja desejo, intenção de interagir”. Além disso, o autor ressalta que “a participação é tomar parte de; enquanto a interação implica, entre outros fatores, na conquista de um lugar, em intenção de interagir mutuamente, em senso de oportunidade, em concentração ao conteúdo debatido”. Desta forma, o ouvinte mais do que participar, pode se tornar parte integrante da emissora, sugerindo pautas, enviando comentários e contribuindo ativamente na construção da programação. No entanto, a Luz e Alegria AM não explora todo o seu potencial de interatividade com o ouvinte. Princípios do radiojornalismo local, como atender as reivindicações e “dar voz” a população, não são correntes na LA, o que a torna uma emissora meramente informativa.

No decorrer da pesquisa nos deparamos com a possibilidade da migração das estações em AM para a FM. Quando questionado em

dezembro de 2013 sobre a possível migração, o diretor da rádio esclarece: “A nossa ideia no momento é de que a gente não migre. Não migrando para o canal de FM que o Ministério das Comunicações colocaria à disposição regional, abre a possibilidade de aumentarmos a potência da AM já existente”. Segundo o diretor, o número de emissoras em AM vai diminuir, com isso, “vai acabar desafogando o espectro de congestionamento de rádio e aqueles que ficarem no canal AM poderão aumentar a potência” (MACIEL, 2013). O aumento da potência possibilitará à emissora alcançar um número maior de municípios, promovendo um acréscimo considerável na audiência. Além disso, facilitará a entrada de mais patrocinadores, havendo, assim, um incremento no faturamento econômico. Por outro lado, a estação terá que expandir sua produção, já que mais municípios serão abrangidos. Isto acarretará em mais demanda de conteúdo a ser produzido, ou seja, o tempo para produção que já é escasso se tornará ainda mais.

No relatório de migração disponibilizado pela Anatel em abril de 2014<sup>71</sup>, verificamos que a Luz e Alegria não está entre as quase 1400 emissoras a pedirem a mudança. Uma das razões para não migrar é em decorrência da rádio já possuir uma estação em frequência modulada, a Luz e Alegria FM, 95.9. Consideramos também como um dos motivos para não alterar a frequência, a diminuição da concorrência no segmento AM em municípios vizinhos. Rádio Seberi, de Seberi; Marabá, de Iraí; Difusora, de Três Passos e Amestista, de Planalto são algumas das emissoras regionais concorrentes diretas da LA que pediram a migração.

---

<sup>71</sup> Disponível em:

[http://www.abert.org.br/web/images/imprensa/divulga%C3%A7%C3%A3o\\_protocolos\\_migra%C3%A7%C3%A3o\\_am-1.pdf](http://www.abert.org.br/web/images/imprensa/divulga%C3%A7%C3%A3o_protocolos_migra%C3%A7%C3%A3o_am-1.pdf).

#### 4.1.5.1 O global na esfera local

Como comprovamos na pesquisa de campo, a Luz e Alegria tem sua produção direcionada exclusivamente para o município e região. Em nenhuma situação ocorreu o deslocamento da equipe para a cobertura de algum fato fora da região ou mesmo por telefone. Os assuntos em âmbito estadual, nacional e internacional são obtidos por canais na internet e também através da Rede Gaúcha Sat.

No que se refere à internet, o diretor da emissora enfatiza que auxilia na busca por informações da região metropolitana de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, nacionais e internacionais (MACIEL, 2013). Marcelo de Bona destaca os conteúdos buscados online: “Na internet a gente busca muito áudio, muitos boletins especialmente os ligados ao governo do estado”. Durante a semana de análise verificamos que a equipe procura, com frequência, consultar alguns dos principais portais jornalísticos na internet, como *GI*, *Terra*, *ClicRBS*, *band.com*, entre outros. Informações do estado são procuradas principalmente nos portais dos jornais *Zero Hora* e *Correio do Povo*. Os jornais *Zero Hora* e *Correio do Povo* são os principais jornais impressos de circulação no Rio Grande do Sul. Os conteúdos tanto do impresso quanto do site focam em temáticas estaduais, no entanto, ambos os veículos não deixam de veicular as principais informações nacionais, especialmente sobre política e economia. Desta forma, a Luz e Alegria contempla sua programação, mesmo que forma breve, com assuntos mais globais.

No programa *LA Regional*, a estratégia adotada para situar os ouvintes a respeito dos principais fatos que ocorrem no estado, país e mundo, é a veiculação de manchetes das notícias do dia disponibilizadas

em portais jornalísticos do país. Entre os sites acessados estão: *globo.com*; *Diário Catarinense*; *Terra*; *Correio Braziliense*; *band.com*; *ClicRBS*; *Correio do Povo*. Cabe destacar que em todas as edições foi informado o site pesquisado.

Nos programas *LA Regional* e *Atualidade* existe o quadro *O dia na História*, informando o que aconteceu naquele dia em caráter mundial, nacional ou internacional na história. Também é mencionado o *santo do dia* e datas comemorativas, como ocorreu na segunda-feira, 25 de novembro, “Dia da Extinção da Violência Contra Mulher”. Com base no conteúdo, detectamos que essas informações são retiradas da internet, entretanto, sem indicação da fonte.

Além das informações captadas nos sites jornalísticos, a Luz e Alegria é uma das 1.935<sup>72</sup> rádios afiliadas da Agência RadioWeb, a maior agência de notícias para rádio do Brasil. Durante a semana analisada, foram veiculadas apenas seis matérias produzidas pela RadioWeb. Ainda, oito notícias estaduais e nacionais sem informar a origem, que detectamos, a partir do conteúdo, ser de assessoria de imprensa e/ou sites governamentais. Todas essas informações envolviam conteúdos que tivessem alguma ligação com a comunidade local, como foi o caso da notícia veiculada na terça-feira, 26 de novembro de 2014, a respeito do cronograma de provas do concurso do Instituto Nacional de Segurança Social (INSS) (Anexo 9 – CD – áudio 5). Isto corrobora com o afirmado pela maioria dos profissionais da equipe: “Se for algum fato de relevância nacional, a gente procura trazer *pra* nossa realidade. Um exemplo: ‘o Papa pede *pra* sair, qual o reflexo que isso traz *pra*

---

<sup>72</sup> Dado referente ao dia 6 de junho de 2014.

Diocese? Acontece uma tragédia em Santa Maria<sup>73</sup>, tem alguém da região?” (BONA, 2013). Lucas Faustino salienta que as notícias de circulação estadual e nacional são buscadas em sites de grandes veículos de imprensa e, às vezes, algumas pautas podem ser trazidas para o âmbito regional e serem utilizadas. O diretor da rádio complementa: “ela funciona mais como tempero da nossa programação, o prato principal é a informação local e regional”.

A forma como a LA aborda os assuntos de outras regiões, estado e país reforça o significado de rádio local. Que se refere à cobertura dos fatos locais, com informações que sejam de interesse da maioria que vive naquele município ou região. As rádios locais procuram veicular acontecimentos de interesse estadual, nacional e internacional que tragam alguma repercussão na vida local.

No que tange à veiculação dos conteúdos disponibilizados pela Rede Gaúcha Sat, a emissora destina espaço durante a programação radiojornalística (7h às 14h) apenas para as sínteses noticiosas, *Notícia na Hora Certa* e *Correspondente Ipiranga*. Todas as edições dos dois noticiários são reproduzidas na LA. A partir das 22 horas até as 5 horas a emissora retransmite toda programação da cabeça de rede, Rádio Gaúcha de Porto Alegre. A Luz e Alegria, bem como as demais afiliadas, não reproduz toda programação da Gaúcha. Luciano Costa (2013), gerente de redes e afiliadas da RBS, salienta que a maioria retransmite apenas o *Notícia na Hora Certa*, *Corresponde Ipiranga*, *Sala de Redação* e o *Futebol da Gaúcha*.

A repetição da programação durante a madrugada, em especial, serve para suprir a falta de profissionais trabalhando na produção e

---

<sup>73</sup> Município gaúcho localizado na região central do estado.

comunicação neste período. O diretor da rádio, Marco Maciel, enfatiza que a rede é uma grande parceira, com um produto de jornalismo pronto, pois seria totalmente inviável para uma emissora do interior transmitir 24 horas de programação, principalmente pelo custo que é muito elevado.

O jornalista, Marcelo de Bona, enfatiza a credibilidade que se tem ao integrar a Rede:

Estar integrado a Rede Gaúcha nos possibilita através da nossa emissora estar reproduzindo os principais jogos da dupla Grenal e Seleção Brasileira, mas principalmente quando há um fato relevante em um lugar onde a rádio Luz e Alegria não pode chegar, faz com que a gente consiga reproduzir aquilo tal qual a hora em que acontece. Eu acho que facilita muita coisa, mas o principal é a credibilidade que a rádio ganha por integrar a Rede Gaúcha Sat e poder ter essa facilidade (BONA, 2013).

Observamos que os conteúdos que são reproduzidos da cabeça de rede não trazem prejuízos no que se refere à identidade social e cultural da Luz e Alegria. Por se tratar de uma rede regional, focada principalmente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, a linguagem utilizada é condizente com a do público local. Além do mais, a maioria dos conteúdos veiculados diz respeito à região metropolitana de Porto Alegre, capital gaúcha e o estado num geral, fazendo com que o ouvinte da LA mantenha-se aproximado da informação que é transmitida.

Evidenciamos, também, que não houve quaisquer inserções de notícias internacionais na programação da emissora. Comprovando a premissa da rádio em trazer notícias de âmbito local e regional.

#### 4.1.5.2 Da antena para o site

Para um público que busca um conteúdo complementar ou não costuma ouvir rádio na forma tradicional, a Luz e Alegria dispõe de um site. Nele é transmitida a mesma programação da antena através do *streaming*. Os ouvintes de outras regiões, estados ou até do exterior têm a partir da rádio pela internet a condição de ouvir a informação local em tempo real. No entanto, registros sonoros antigos não são encontrados no site, mesmo havendo um *link* “arquivos em áudio”, impossibilitando fazer *downloads* desses conteúdos.

Além disso, o site conta com materiais em texto, vídeo e foto. As principais notícias que são veiculadas na antena também estão disponíveis em texto na página da estação. A enquete do *Interativa LA* que é veiculada na programação também está acessível no site. Outros canais complementares como *blogs* de programas, galeria de fotos e a seção “fale conosco” estão *linkados* à página.

Segundo o diretor Marco Maciel, a emissora busca ser pioneira em geração de conteúdos, por isso, “a notícia que se coloca no site acaba sendo visualizada e muitas vezes inserida em outras emissoras de rádio, em nível regional ou até fora da nossa região” (MACIEL, 2013). Nesse sentido, Marcelo de Bona expõe a importância de estar inserido na internet:

Mas hoje, com a exigência do público-alvo, é impossível fazer jornalismo sem internet. Porque ele tem a exigência de querer a notícia na hora, mais rápida possível e com o diferencial dele não querer só ler ou ouvir a notícia como ela é. Para que a gente possa ampliar uma notícia e dar ela em primeira mão, a internet nos ajuda muito. O site da Luz e Alegria faz as pessoas ouvirem a rádio e a rádio faz as pessoas acessarem o site (BONA, 2013).



Como verificamos na semana de análise, abastecer o site é atividade obrigatória para os funcionários do departamento de jornalismo. Os profissionais dispensam um tempo na produção jornalística para cumprir essa tarefa. Segundo Lucas Faustino, “a tarde é dedicada para abastecer o site”. Percebemos que para a equipe da emissora, o conteúdo disponibilizado no site é tão importante quanto à programação da antena. Isto é um representativo do jornalismo atual, onde o público deixou de ser apenas um ouvinte/leitor/telespectador e passou a ser reconhecido como um “usuário da informação” (ADGHINI, 2002), em razão das novas possibilidades oferecidas no ambiente on-line.

A página na rede social *facebook* também é abastecida pelas principais informações do dia, onde é colocada a manchete da matéria com um *link* direcionando para o site da emissora. A conta do *twitter* está *linkada* com o *facebook*, ou seja, o que é publicado na página do *facebook* é postado automaticamente no *twitter*. A página no *facebook* contava com 1.391 “curtidas” até o dia 23 de maio de 2014.

## **4.2 Rádio Sociedade Seberi AM**

A Rádio Seberi começou a operar efetivamente em 11 de fevereiro de 1989, tendo como sócios fundadores o médico e empresário do ramo hidrelétrico Frederico João Cerutti, que atua como diretor técnico da emissora, e o empresário do agronegócio Fidencio Fabio Fabris, diretor administrativo e financeiro da rádio, mais algumas pessoas ligadas à política como o servidor municipal, Odilon Sabino da Silva.

Ainda no final dos anos 70, mais precisamente em 1979, a estação deu os seus primeiros passos, a partir de uma conversa entre os amigos Sidney Fortes e Odilon Sabino da Silva, ligados à política na época (SANTI et. al, 2007, p. 2). No início dos anos 80, um grupo de políticos encaminhou um pedido de inclusão no Plano Básico de Ondas Médias para a instalação de uma emissora de rádio no município de Seberi, noroeste do estado do Rio Grande do Sul.

Após ser negada a liberação da solicitação da frequência 590 kHz através da parceria com o grupo RELIDER (Rede Liderança de Emissoras de Rádio), com sede em Santa Maria. Em 20 de janeiro de 1981 foi protocolado junto ao Ministério das Comunicações novo projeto de viabilidade técnica. A frequência, 880 kHz em amplitude modulada (AM), em 19 e outubro de 1981, confirmou a inclusão de Seberi no PBOM. A publicação no Diário Oficial da União ocorreu no dia 20 de outubro. Nesta frequência, o alcance seria de 23 municípios, três a menos que o previsto originalmente (SANTI et. al, 2007, p. 2).

No ano de 1985, foi publicado no Diário Oficial da União o edital de abertura para instalação de uma emissora de rádio no município de Seberi. Entraram com o processo para habilitação a Rádio Sociedade Seberi LTDA e a Rádio Fortaleza LTDA. Dois anos depois, em 1987, foi concedido à Sociedade Seberi LTDA o direito de explorar os serviços de radiodifusão.

A emissora começou a operar em caráter experimental no final de 1988 e em janeiro do ano seguinte recebeu a licença para o Serviço de Radiodifusão Sonora em Ondas Médias. Com isso, “no dia 11 de fevereiro de 1989, mensagem de abertura na voz do comunicador Moreira Matos entra ao ar a Rádio Sociedade Seberi Ltda” (SANTI, et.

al, 2007, p. 3). No início, operava com apenas 1 KW de potência, no prefixo ZYK 363, na frequência 880 KHZ.

No ano de 2003, a emissora passou a operar com 8 KW, sendo a mais potente no segmento AM da região. Hoje, a estação conhecida como “O canhão do rádio regional”, devido a sua potência, atingindo municípios do Médio Alto Uruguai e Oeste Catarinense<sup>74</sup>.

A Rádio Sociedade Seberi possui uma programação generalista (PRIETO, 2001), intercalando música com jornalismo. Como complementação, a estação possui um site [www.seberiam.com.br](http://www.seberiam.com.br), que abriga o *streaming* para ouvir a programação, bem como notícias locais e regionais, propagandas, convites, canais de interatividade, vídeos, fotos, gravações em áudio etc. É possível também acompanhar a emissora pelas redes sociais, *facebook*: [www.facebook.com/RadioSeberiAm](https://www.facebook.com/RadioSeberiAm) e *twitter*: @radioseberi.

A estação, assim como a Luz e Alegria, é uma das 141 afiliadas da Rede Gaúcha Sat, transmitindo também todas as edições do *Notícia na Hora Certa*, *Correspondente Ipiranga* e a programação do final da noite e madrugada (23h às 5h30). Em seu site, a Seberi faz questão de demonstrar essa parceria: “Rádio Seberi AM 880 – Integrante da Rede Gaúcha Sat”.

#### 4.2.1 Os profissionais

A Sociedade Seberi tem uma pessoa direcionada exclusivamente na produção jornalística, a funcionária Delonice da Rosa

---

<sup>74</sup>As informações sobre a história da Seberi AM foram retiradas do site da emissora: [www.radioseberiam.com.br](http://www.radioseberiam.com.br).

Barbosa, esta sem formação na área. A profissional, que trabalha no departamento de jornalismo desde janeiro de 2013 (anteriormente fazia parte do Departamento Comercial e da limpeza), é responsável por produzir e apresentar todas as edições do “Giro da Notícia”, “Jornal do Meio-Dia” e “Pauta de Notícia”.

Durante nossa pesquisa exploratória, realizada no início de 2013, havia mais um funcionário na produção jornalística. No entanto, quando fizemos a nossa observação de campo, ele já não trabalhava mais na emissora e não foi substituído com a contratação de um novo profissional. Na época, Delonice Barbosa (2013)<sup>75</sup> destacou a dificuldade encontrada no início por ser apenas ela trabalhando na produção jornalística: “Quando comecei estava só eu, era bem apertado, bem corrido, na verdade”. A funcionária enfatiza o auxílio do gerente geral nas produções externas: “Se tiver algum evento em Frederico Westphalen, Palmeira das Missões<sup>76</sup>, o Jeferson acaba indo. [...] Se o Jeferson não ajudasse ficaria difícil”.

A produtora trabalha das 8h às 18h, de segunda a sexta-feira e ajuda na operação de som aos sábados. Além de preparar os programas jornalísticos, é ela quem apresenta o *Giro de Notícias*, *Jornal do Meio-Dia* e *Pauta de Notícias*. Entre os seus principais instrumentos de trabalho estão um computador, uma híbrida e o telefone.

A rádio possui outros funcionários trabalhando na parte técnica e de locução, setor comercial e administrativo, não abrangendo a nossa pesquisa.

---

<sup>75</sup>Entrevista concedida por BARBOSA, Delonice da Rosa. Entrevista I [22 fev. 2013]. Entrevistador: Bárbara Avrella. Seberi, 2013. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice A.

<sup>76</sup>Frederico Westphalen e Palmeira das Missões são municípios vizinhos de Seberi.

#### 4.2.2 O Departamento de Jornalismo

Como a estação tem apenas um andar, o Departamento de Jornalismo fica à esquerda da porta de entrada da rádio, de frente para a rua e ao lado do estúdio de gravação. É um espaço pequeno, porém proporcional ao número de profissionais que trabalham no Departamento. A sala possui uma mesa integrada com três lugares e dois computadores. Cada espaço é separado por pequenas divisórias.

O espaço destinado à profissional tem um computador, uma híbrida para fazer transmissões e gravações, um telefone, fones de ouvido e microfone. O outro compartimento possui apenas um computador e fones de ouvido. O terceiro lugar na mesa tem apenas um quadro de recados com o cronograma da semana. Por conta de apenas uma funcionária trabalhar no Departamento, a sala é silenciosa, o som ambiente é apenas o barulho do teclado do computador e em alguns momentos o da programação da rádio.

A emissora possui também um estúdio de transmissão e um de gravação, todos aproximados fisicamente, facilitando o deslocamento de um lugar a outro.

Em paralelo a Luz e Alegria, observamos que a estrutura física e técnica do Departamento de Jornalismo da rádio Seberi são mais simples, com aparelhos para transmissão e captação de informações menos sofisticados. Notamos que a qualidade do som nas transmissões diretamente da redação é inferior ao escutado na LA.

#### 4.2.3 A rotina produtiva

A produção jornalística ocorre durante todo o dia, principalmente pelo fato dos programas noticiosos serem veiculados tanto no horário da manhã quanto da tarde. Outro motivo é por não possuir uma equipe de jornalismo, gerando a sobrecarga de trabalho para a única funcionária deste Departamento. Por se tratar de uma redação com apenas uma profissional, não há uma reunião de pauta diária ou semanal, o que acontece são encontros esporádicos entre a funcionária e o gerente-geral para tratar de assuntos pontuais referentes ao Departamento.

A produção jornalística ocorre majoritariamente dentro da redação. Conteúdos disponibilizados por e-mail pelas assessorias de imprensa são rotineiros. Sonoras e entrevistas, em sua maioria, são gravadas por telefone, editadas pela própria produtora e posteriormente veiculadas no ar. Isto representa o modelo de jornalista descrito por Erik Neveu (2001, p.7 apud PEREIRA, 2004), o “jornalista sentado”, profissional mais orientado ao tratamento (formatação dos textos de outros jornalistas, gênero editorial ou comentário) de uma informação que não é coletada pelo próprio jornalista.

Os principais instrumentos de coleta de informações são o telefone e a internet, a partir de canais como o e-mail e sites jornalísticos. No mural, há o cronograma de entrevistas que serão realizadas ao vivo no *Diário 880* durante aquela semana ou na seguinte. A emissora possui também duas unidades móveis de transmissão, capazes de emitir informações em tempo real, que constatamos serem pouco aproveitadas para os fins jornalísticos. Sendo utilizadas, basicamente, para a efetuação de boletins comerciais.

Além disso, a atualização das notícias no site da rádio também é de responsabilidade da profissional do Departamento de Jornalismo.

Destacamos que a emissora foca sua produção em temáticas locais e regionais, que são de interesse da sua principal audiência, como ressalta Delonice Barbosa: “primeiro a gente escolhe as notícias aqui da cidade”.

#### 4.2.4 A programação radiojornalística

A rádio Sociedade Seberi veicula 18 horas e meia de programação local diária. Destas, três horas e 20 minutos são destinadas à programação radiojornalística, além das inserções de cinco minutos da síntese noticiosa local, *Giro da Notícia*, que ocorrem em quatro edições diárias.

Além do mais, a emissora dedica seis horas e meia na sua grade para veiculação da programação da emissora cabeça de rede, Rádio Gaúcha, das 23h às 5h30, suprimindo a falta de profissionais naquele horário. De acordo com o gerente-geral, Jeferson Luiz Carvalho (2013)<sup>77</sup>, “a rede é um meio muito forte de informação disponível para a região toda, falando de região, estado, país, mundo [...]”.

A estação tem uma programação no formato de mosaico, que se caracteriza por um conjunto eclético de programas, extremamente variados e diferenciados, o que é comum em emissoras de mercados menos desenvolvidos (FERRARETTO, 2001). Assim como a Luz e Alegria, a emissora tem uma programação com conteúdos generalistas,

---

<sup>77</sup>Entrevista concedida por CARVALHO, Jeferson Luiz. Entrevista II [22 fev. 2013]. Entrevistador: Bárbara Avrella. Seberi, 2013. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice B.

veiculando diferentes gêneros e formatos (PRIETO, 2001). Durante o dia, são intercalados programas musicais com os jornalísticos.

**TABELA 2**  
Programação de segunda a sexta-feira da Seberi AM

<b>Horário</b>	<b>Programa</b>	<b>Modelo de programa</b>
00:00 às 05:30	Rede Gaúcha Sat	Programação jornalística Rede
05:30 às 07:30	De Querência em Querência	Programação musical local
06:00 às 06:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícia da Rede
06:30 às 06:35	Previsão do Tempo	Quadro Local
07:00 às 07:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícia da Rede
07:05 às 07:15	Nossa voz	Quadro Musical local
07:10 às 07:30	Informativo Creluz	Produção independente – terceirizada
07:30 às 09:00	Diário 880	Programa de variedades local
07:40 às 07:45	Loterias	Quadro local com os resultados da extração da loteria
07:50 às 08:00	Classificados	Quadro local com informações de compra, venda e convites.
08:00 às 08:10	Correspondente Ipiranga	Boletim de notícias da Rede
08:30 às 08:35	Previsão do Tempo	Quadro local
08:30 às 08:35	Giro da Notícia	Boletim de notícias – produção própria
08:55 às 09:00	Informações Policiais	Quadro local
09:00 às 11:00	Comando Total	Programação musical
09:00 às 09:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
09:30 às 09:35	Horóscopo do dia	Produção agência da web



09:40 às 09:50	Nossa voz	Quadro musical local
10:00 às 10:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
10:30 às 10:35	Giro da Notícia	Boletim de notícias – produção própria
10:45 às 10:50	Horóscopo do dia	Produção agência da web
11:00 às 11:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
11:30 às 12:00	Bola em Jogo	Programa esportivo – produção própria
11:45 às 12:00	Informativo Sicredi	Programa independente – terceirizado
12:00 às 12:40	Jornal do Meio-Dia	Noticiário jornalístico – produção própria
12:00 às 12:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
12:50 às 13:00	Correspondente Ipiranga	Boletim de notícias da Rede
13:00 às 13:10	Classificados	Quadro local com informações de compra, venda e convites.
13:10 às 17:00	Estação Popular	Programação musical
14:00 às 14:05	Previsão do Tempo	Quadro local
14:00 às 14:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
14:30 às 14:35	Giro da Notícia	Boletim de notícias – produção própria
14:40 às 14:45	Loterias	Quadro local com os resultados da extração da loteria
15:00 às 15:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
15:30 às 15:40	Nossa voz	Quadro musical
16:00 às 16:05	Previsão do Tempo	Quadro local
16:00 às 16:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
16:30 às 16:35	Giro da Notícia	Boletim de notícias –

		produção própria
17:00 às 17:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
17:00 às 17:20	Pauta de Notícias	Noticiário jornalístico – produção própria
17:30 às 19:00	Canta Rio Grande	Programação musical
18:05 às 18:15	Oração da Ave Maria	
18:30 às 18:35	Loterias	Quadro local com os resultados da extração da loteria
18:50 às 19:00	Correspondente Ipiranga	Boletim de notícias da Rede
19:00 às 20:00	A Voz do Brasil	
20:00 às 20:10	Correspondente Ipiranga	Boletim de notícias da Rede
20:00 às 20:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
20:10 às 23:00	Expresso da Noite	Programação musical
20:40 às 21:00	Bola em Jogo	
21:00 às 21:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
21:10 às 21:20	Nossa voz	Programa do Governo Nacional de veiculação obrigatória
22:00 às 22:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede
23:00 às 24:00	Rede Gaúcha Sat	Programação jornalística Rede
23:00 às 23:01	Notícia na Hora Certa	Boletim de notícias da Rede

Tabela produzida pela pesquisa com base na programação disponibilizada no site da estação.

A programação jornalística inicia com o programa *Diário 880*, apresentado pelo gerente-geral, Jeferson de Carvalho. O programa de variedades traz em todas as edições uma mensagem motivadora, a previsão do tempo para o estado e região, a extração da loteria, *o dia de*

*hoje* (celebrações da data), os classificados locais e regionais, informações policiais e as principais notícias do dia. Quando possível, são realizadas entrevistas com pessoas do município ou região. O programa tem duração de uma hora e meia.

Durante o dia, são veiculadas quatro edições do *Giro de Notícias*, síntese noticiosa de cinco minutos produzida pelo departamento de jornalismo da emissora. As edições vão ao ar às 8h30; 10h30; 14h30 e 16h30.

Das 11h30 ao 12h00 é transmitido o programa esportivo *Bola em Jogo*, apresentado pelo comunicador Gelson de Souza e com comentários do comunicador Nereu Maicá. O programa está focado basicamente em fatos e discussões a respeito dos principais times de futebol do Rio Grande do Sul (Internacional e Grêmio), trazendo informações dos campeonatos do estado e país. O futebol local amador também é abordado. O programa veicula ainda o quadro *Mundo do Esporte*, programete produzido pela *Talk Radio*, um grupo de comunicação que produz e distribui conteúdos radiofônicos no país<sup>78</sup>. O *Bola em Jogo* é veiculado em duas edições diárias, às 11h30 e às 20h40.

O *Jornal do Meio-Dia* tem duração de 40 minutos (12h às 12h40). O programa é apresentado e produzido por Delonice Barbosa e traz as principais notícias do município, região, estado e país, entrevistas, cotações financeiras e previsão do tempo.

Às 17h inicia o *Pauta de Notícias*, que apresenta conteúdos noticiosos locais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais. O programa tem duração de 20 minutos e também é produzido e

---

<sup>78</sup> Disponível em: <http://www.talksat.com.br/>.

apresentado pela única funcionária do Departamento de Jornalismo, Delonice Barbosa.

#### 4.2.5 Produção e programação radiojornalística local: análise da semana do dia 6 a 10 de janeiro de 2014

Notamos, na semana de observação, que durante as manhãs são feitos contatos com os responsáveis do setor de segurança pública do município e região (Corpo de Bombeiros, Brigada Militar, Polícia Rodoviária Estadual, Hospital Pio XII, entre outros); leitura dos principais jornais do estado e região (*Correio do Povo*, *Zero Hora*, *O Alto Uruguai* e *Folha do Noroeste*); averiguação do e-mail e redes sociais (próprias e da emissora); verificação dos principais sites e portais jornalísticos (*GI* e *ClicRBS*). No período da tarde, algumas dessas atividades são recorrentes, como a atualização das páginas e portais de notícias, em virtude da produção jornalística estender-se nos dois turnos. Além disso, a funcionária abastece o site da rádio com as principais notícias do dia. Assim como constatamos na emissora de Frederico Westphalen, a Seberi AM também considera o *website* da estação tão signficante quanto à programação tradicional que vai ao ar. Para Delonice Barbosa (2013), o site “é mais um meio de comunicação para informar. Os outros meios de comunicação da região entram no nosso site para saber notícias aqui de Seberi”.

Assim como ocorre na maioria dos veículos de comunicação, a internet veio a ser uma aliada do rádio. Na Seberi, em especial, ela tem sido uma plataforma fundamental para captação e difusão de informações. Isto se opõe a lógica prevista por alguns pessimistas que acreditavam que com a chegada da internet novamente o rádio entraria

em declínio (ZUCULOTO, 2012). Uma prática rotineira da Seberi é a transposição, na íntegra, no site da estação, do conteúdo que é transmitido no ar, em formato de texto. Constatamos que o mesmo ocorre na Luz e Alegria. Não há uma produção exclusivamente para a internet. A transposição, segundo Salaverría e Negredo (2008, p. 58), ocorre quando não há a seleção nem a adaptação do conteúdo ao suporte. Reduzindo-se a simples reprodução de informações. Em emissoras maiores já se percebe algum avanço na produção específica para a *web*, de acordo com Lopez (2009, p. 16), “o site da Rádio CBN, por exemplo, começou suas atividades com transposição para, depois, avançar para algumas produções específicas para a rede”.

Durante todo o dia, a produtora permanece sozinha no Departamento de Jornalismo, vez ou outra algum dos locutores dirige-se à sala para utilizar o computador. Sugestões de pautas da equipe de locutores ou de outros Departamentos não ocorrem. Verificamos apenas uma indicação por parte do gerente-geral, Jeferson Luiz Carvalho, a respeito da morte de um cantor tradicionalista gaúcho. Por conta dos demais profissionais da estação, em especial os locutores, estarem mais ligados à programação musical, não há intervenções na rotina de trabalho no Jornalismo.

Constatamos, ainda, uma sobrecarga de trabalho pela responsável do Departamento de Jornalismo, principalmente na parte da manhã. No dia 7 de janeiro de 2014, terça-feira, a produtora disse com franqueza: “às vezes de manhã eu acho que não vou dar conta” (BARBOSA, 2014). Isto se dá em função da profissional ter de apurar e redigir as notícias, entrevistar e editar sonoras, além de apresentá-las, acarretando, assim, um acúmulo de trabalho. Esse modelo de trabalho,

originado, principalmente, a partir da convergência midiática, tem criado um novo perfil de profissional, o “multitarefa”. É um jornalista que não se dedica exclusivamente a uma função, agora ele tem de saber redigir, editar, apurar, fotografar, filmar e apresentar. De acordo com Marcelo Kischinhevsky (2010, p. 4), agora, o jornalista “deve apurar, numa única saída da redação, dados que permitam a produção de textos para veiculação em sites e/ou impressos, além de captar imagens e áudio, editando-as e apresentando-as na internet ou em programas informativos televisivos e/ou radiofônicos”.

Para o gerente da Rádio Seberi, Jeferson Carvalho (2013), o rádio necessita de um profissional “polímídia”, que consiga entender um pouco de tudo, pois, segundo ele, “a informação não escolhe horário, ela não delimita tempo no dia. O profissional que cumpre horário e volta *pra casa*, esse é um bom redator, mas não um bom repórter de rádio”. A afirmação exposta por Carvalho se torna, de certa maneira, contraditória em relação à Seberi. Identificamos que a emissora possui uma profissional “polímídia”, que cumpre diversas funções durante sua rotina de trabalho. No entanto, sua função está mais direcionada ao tratamento da notícia, ou seja, a atividade de redatora.

No dia 9 de janeiro, quinta-feira, às 9h10, depois de cumprir sua rotina diária, ou seja, verificar os principais jornais do estado e telefonar para as fontes responsáveis pelo setor de segurança do município e região, Delonice Barbosa exclama: “Agora sim vou começar a trabalhar, senão, não termino o *Jornal do Meio-Dia*”. Durante todas as manhãs, foi dispensado expressivo tempo para edição de sonoras gravadas por telefone com as fontes do setor de segurança. Tempo que poderia ser otimizado caso a emissora empregasse mais profissionais neste

Departamento. Ao analisar o radiojornalismo local nos Estados Unidos e na Inglaterra, Chantler e Harris (1998, p. 33), observaram que “as pequenas estações trabalham com um ou dois jornalistas que exercem todas as tarefas”. Tudo isso, explicita uma realidade intrínseca ao radiojornalismo atual.

Verificamos, ainda, que as produções externas são raras, já que o trabalho é predominantemente na redação e não há um profissional exclusivo para essa função. Quando necessária a cobertura de algum evento ou sinistro, é o gerente-geral, Jeferson Carvalho, que cumpre essa finalidade ou a própria responsável pelo jornalismo. Na semana do dia 6 a 10 de janeiro, não houve a cobertura de fatos externos. A escassez de produções de rua resulta da grande quantidade de material pré-produzido que não se pode deixar de veicular, o que demanda tempo para seleção e edição das informações.

Entre os assuntos destacados durante a semana estavam: “Treinamento de Prevenção e Combate à Incêndio” e Curso de Suporte Básico à Vida, em Seberi”, “Inscrições para o Processo Seletivo do IBGE”, “Encerramento das Matrículas na Rede Estadual de Ensino”. A maioria deles procedentes de sites ou assessorias de imprensa.

Os principais instrumentos para a produção são o telefone e o computador conectado à internet. Através do telefone são buscadas principalmente as informações do setor de segurança e contatam-se fontes locais para possíveis entrevistas. Na internet, estão disponíveis os principais meios de captação de informações: e-mail, redes sociais, sites jornalísticos etc.

Tal como ocorre na Luz e Alegria, a Seberi recebe muitas informações por parte das assessorias de imprensa. De 192 notícias

contabilizadas durante os cinco dias de análise, 70 foram de assessorias de órgãos públicos e privados, sendo provenientes, principalmente, de fontes oficiais, empresariais, institucionais e de referência (SCHMITZ, 2011). Entre as oficiais estão prefeitos, vereadores, secretários municipais, deputados. Em geral, pessoas que falam em nome dos governos. No que tange as fontes empresariais, as mais utilizadas são representantes das empresas locais e regionais, principalmente aquelas que possuem algum vínculo comercial com a estação. Entre as institucionais estão a Emater, entidade que presta assistência técnica rural no estado do Rio Grande do Sul; instituições de ensino, como a Universidade Regional Integrada (URI, de Frederico Westphalen), Sindicato dos Trabalhadores Rurais, entre outras. Além das de referência, que são consultadas basicamente nos principais sites jornalísticos regionais, estaduais e nacionais. Delonice Barbosa (2013) relaciona as principais fontes de notícias consultadas pela estação: “em Seberi, Prefeitura, Câmara de vereadores, Emater, Inspeção Veterinária”. Os meios de obtenção da informação ocorrem principalmente a partir do contato pessoal, agência de notícias, internet e os meios jornalísticos (CLAUSO, 2007). As notícias são buscadas diretamente com as fontes, através do contato feito pessoalmente, por telefone ou por e-mail; pelas agências de notícias que distribuem informações sem custo para emissoras cadastradas; pela internet, através da captação por e-mail, redes sociais e sites; e também a partir da consulta em outros meios de comunicação, como jornais impressos, outras emissoras e portais na *web*.

Nas matérias que são veiculadas no ar não há a citação das fontes, entretanto, o conteúdo da informação demonstra que são



materiais especificamente de assessorias de imprensa. Por outro lado, em algumas notícias disponíveis no site da estação encontramos a origem da matéria, como por exemplo, na seguinte informação veiculada no dia 8 de janeiro de 2014: “Vice-Prefeita Maristela Fátima Zadinello comandará Cristal do Sul durante trinta dias”. A fonte citada na notícia do site é Levi de Oliveira (Anexo 5 – matéria no site da emissora; Anexo 9 – CD – áudio 5).

Da mesma maneira que acontece na Luz e Alegria, a Seberi também se abastece com notícias pré-produzidas pelas assessorias de imprensa. . Conforme explicita Santana (2008, p. 77), “a imprensa radiofônica, dentre os diversos campos midiáticos, é a que mais se alimenta com as informações pré-produzidas pelas fontes”. Constatamos que os *press-releases* passam por pequenas adequações de linguagem, na tentativa de seguir o modelo sugerido pelas normas padrões do rádio – essas alterações são feitas sem adotar qualquer manual de radiojornalismo -, e são veiculados no ar sem aprofundamento do conteúdo. Um exemplo foi a matéria veiculada no dia 7 de janeiro, terça-feira, a respeito da escolha das soberanas da Expofred (uma feira multissetorial que ocorre no município de Frederico Westphalen): “Candidatas à corte da Expofred apresentam projeto social” (Anexo 6 – notícia; Anexo 9 – CD – áudio 6). A notícia continha apenas pequenas mudanças no texto, como por exemplo, os tempos verbais e adjetivos. Recursos extras que enriqueceriam a notícia, como sonoras com as candidatas à corte e/ou com os representantes da comissão organizadora, ou boletins produzidos durante o evento, não foram aproveitados.

*Releases* disponibilizados por e-mail pelos Poderes Executivos do município e região também são aproveitados. No que se refere à

prefeitura de Seberi, computamos quatro matérias. No entanto, as mesmas tiveram 12 veiculações na semana. Cinco vezes uma notícia sobre “Reunião de agricultores a respeito da produção de alimentos para merenda escolar”; “Reunião CRAS Seberi”, duas vezes; “Idosos beneficiários da cesta de alimentos”, duas vezes; e “Inscrições para o Pronatec”, três vezes. Segundo Delonice Barbosa, a internet representa 80 por cento da produção jornalística da emissora, pois, “na região, o pessoal não vem aqui me trazer a matéria, eles enviam por e-mail” (BARBOSA, 2013). Observamos que na maior parte da rotina de trabalho, a profissional necessita dos materiais produzidos e disponibilizados pelas fontes. Pois, a sua pouca experiência jornalística aliada à sobrecarga de trabalho colaboram para o aproveitamento dessas informações. Isto reforça o argumento de Sant’ Anna (2008, p. 76): “Embora rico em estações e em audiência, o rádio não é um grande empregador de radiojornalistas e, portanto, pobre na produção e difusão de conteúdos jornalísticos próprios”. A própria lei da radiodifusão, já defasada em relação ao atual cenário comunicativo, não expressa a necessidade desse veículo de comunicação em dispor de jornalistas com formação ou regulamentados por anos de profissão, a atuarem no setor. Segundo o artigo 183, da lei nº 52. 795, de 1963, “equiparam-se à atividade de jornalista profissional a busca, a redação, a divulgação ou a promoção, através da radiodifusão, de notificações, reportagens, comentários, debates e entrevistas”.

Outra prática recorrente na Seberi é a apuração de informações em sites jornalísticos ou de entidades locais e regiões. Foram detectadas ao menos dez notícias locais ou regionais captadas em outros meios, todas sem citar a fonte. Um exemplo é a notícia do dia 10 de janeiro,

sexta-feira, “Colisão entre motos mata jovem em Tenente Portela”, que é de caráter regional, foi retirada do site do jornal *Correio do Povo* e veiculada na íntegra pela emissora (Anexo 7 – matéria divulgada no site do *Correio do Povo* e no site da rádio; Anexo 9 – CD – áudio 7). Já no site da estação, a informação contém a fonte.

A prática do *gilete-press*, antiga denominação do atual copiar e colar (ctrl+c, ctrl+v), foi identificada tanto a partir das notícias retirados de jornais impressos quanto das capturadas na internet. A ocorrência dessa prática foi constante durante a observação de campo. No dia 9, quinta-feira, durante o programa *Bola em Jogo*, o comentarista do programa, Nereu Maicá, fez a seguinte declaração a respeito de um resultado da rodada do Campeonato de futebol Gaúcho que havia ocorrido no dia anterior: “não temos resultados da rodada de ontem, pois os jornais não publicaram os resultados”. Essa exclamação confirma a dependência por parte da emissora em relação aos conteúdos veiculados em outros meios de comunicação e pré-produzido pelas fontes. Isto é um dos reflexos da escassez de profissionais na redação jornalística, ocasionando a falta de tempo na produção de notícias. Além disso, a possibilidade de captação de informações em outros canais tem gerado certo comodismo nas redações jornalísticas, em razão de se basearem em conteúdos prontos.

Quando questionado a respeito da produção jornalística da Rádio Seberi ser suficiente, o gerente-geral, Jeferson Carvalho afirmou:

Tenho que te confessar que não, porque o rádio, ele exige uma agilidade muito maior da informação, eu precisaria de mais dois profissionais. [...] Essa é uma situação, realmente, bastante complicada, porque muita coisa acontece ao mesmo tempo e aí a gente não está conseguindo dar o giro que precisamos (CARVALHO, 2013).

O exposto por Carvalho relata o que observamos durante toda análise. A principal carência da Seberi AM em relação ao jornalismo está no escasso número de profissionais trabalhando neste Departamento, o que implica numa série de problemas: sobrecarga de trabalho; pouco tempo para apuração; baixa demanda de produções externas; inviabilidade de na construção de reportagens; notícias apoiadas no jornalismo declaratório; dependência na utilização das fontes oficiais, entre outros.

Detectamos também, que na segunda-feira houve um maior volume de informações locais, resultando em menos repetições de matérias e menor utilização de notícias captadas na internet. Contabilizamos apenas quatro notícias retransmitidas mais de uma vez na segunda-feira, 6 de janeiro. Totalizamos 19 notícias locais e regiões neste dia. Nos demais dias, há uma redução no número de informações do município e região, terça-feira, 16; quarta-feira, 14; quinta-feira, 13; e sexta-feira, 14. Segundo Delonice Barbosa, se tem mais notícias na segunda-feira, por suceder o final de semana. Tanto a Seberi quanto a Luz e Alegria não possuem uma rotina jornalística de produção e programação nos finais de semana. A não ser os plantões, ou em casos extremos, como tragédias. Ambas seguem a lógica empresarial, em que a rotina de trabalho dá-se basicamente de segunda a sexta-feira, ou seja, nos dias úteis.

Além disso, várias informações foram repetidas durante toda semana, por exemplo, “Aberta as inscrições para o Sisú”; “Reunião com os agricultores sobre a distribuição de alimentos para a merenda escolar”; “Treinamento de Prevenção e Combate à Incêndio e Curso de Suporte Básico à Vida, em Seberi”. Com base no conteúdo dessas

notícias, podemos classificá-las em informações de utilidade pública, visto que o seu foco está, exclusivamente, na comunicação de assuntos de interesse imediato do ouvinte local. Para Klöckner (2000, p. 11), “a utilidade atende uma necessidade imediata dos ouvintes [...]”. Segundo o autor, “constituindo-se em verdadeiras agendas de compromissos, pois divulgam – às vezes insistentemente – os prazos de pagamento do carnê leão, de entrega da declaração do Imposto de Renda, datas de vacinação das crianças, etc.” (id.).

No que tange às notícias locais/regionais, em nenhum momento verificamos o aprofundamento das informações, trazendo, por exemplo, novas perspectivas a respeito do fato ou diferentes vozes na matéria. A maioria das notícias seguiu um padrão. Isto vai de encontro ao destacado por Delonice Barbosa: “Tu tens que inovar, tem que procurar um jeito diferente de apresentar uma matéria, um jeito diferente de colocar uma nota no ar, colocar mais áudio no ar. Todo dia tu tens que estar inovando”. Lorenzo Gomis (1991, p. 62) lembra a responsabilidade dos meios em verificar e contrastar os fatos: “a notícia é uma interpretação de um fato, mas a interpretação da notícia é mais bem feita se perguntarmos a quem beneficia ou prejudica, como forma de averiguar quem pode ser a verdadeira fonte”<sup>79</sup>. No entanto, notamos que a emissora não privilegia as informações de determinados órgãos, como é o caso da administração pública local.

Por não possuir uma equipe de produção externa, não há elaboração de reportagens. Boletins jornalísticos externos também não ocorreram em nenhum momento na semana analisada. O uso de

---

<sup>79</sup>Citação original: La noticia es ya una interpretación de un hecho, pero la interpretación de la noticia se hace mejor si nos preguntamos a quién aprovecha o perjudica, como pista para averiguar quién puede ser la verdadera fuente.

entrevistas de longa duração produzidas pela emissora foi moderado, sendo detectadas apenas três vezes. A primeira ocorreu na terça-feira, 7 de janeiro, com o engenheiro agrônomo de uma empresa do município, que serviu para contextualizar uma matéria sobre a safra da soja no país. Ela foi gravada e teve duração de seis minutos, sendo veiculada durante o *Jornal do Meio-Dia* e no *Pauta de Notícias*. A outra foi feita na quinta-feira, dia 9, sobre Segurança Pública, realizada ao vivo no programa *Diário 880* com o Sargento da Brigada Militar do município, teve duração de oito minutos. A última foi realizada ao vivo na sexta-feira, dia 10, no *Diário 880* com o presidente da Câmara de Vereadores de Frederico Westphalen, com duração de 15 minutos. As entrevistas ao vivo foram retransmitidas no *Jornal do Meio-Dia*. O uso da condição de diferido do enunciado radiofônico (MEDITSCH, 2007) ocorre constantemente na Seberi, é comum ver a apresentadora “dialogar” com a gravação. No entanto, essa condição é mais prejudicial para a própria profissional que desperdiça muito tempo para a edição desse material do que para o ouvinte, pois o seu interesse primário é ser informado independente do modo que é feito.

Percebemos também que diferente da Luz e Alegria, a Seberi não abre tanto espaço para entrevistas com representantes do Poder Público Municipal, o que contribui para redução deste tipo de produção. Jeferson Carvalho, gerente-geral da estação, expõe os motivos pelos quais a AM de Seberi não disponibiliza, com tanta frequência, notícias relativas às administrações municipais:

Em nossa programação, diferente de muitas emissoras, não temos muitos espaços destinados a entrevistas prolongadas ou espaços específicos de jornalismo puro. Entendemos que estas práticas, em muitos momentos, especialmente em cidades de menor porte, deixam o jornalismo refém das administrações. Sendo a maior fonte de informação e, em não raras vezes, torna-se repetitivo, ganha conotação política e acaba distorcendo a sua essência (CARVALHO, 2014).

Sonoras de curta duração com fontes locais apareceram com frequência na semana analisada. Constatamos 10 inserções, sendo elas gravadas e editadas, servindo de contexto para algumas notícias que foram pré-produzidas pelas fontes. Por exemplo, na sexta-feira, 10 de janeiro, foi veiculada a seguinte informação: “Teve início hoje no município de Frederico Westphalen o 1º Rodeio Crioulo Interestadual”. Junto à informação pré-produzida pela fonte foi adicionado um áudio com a sonora de um dos representantes do evento. Isto evidencia a utilização de releases também como ponto de partida para a construção da notícia. Não se resumindo a simples reprodução do material disponibilizado pelas fontes de captação.

Por se considerar uma emissora de caráter local e regional, há uma variedade de conteúdos ligados ao entorno. Corroborando com isso, Delonice Barbosa enfatiza:

O que acontece no município vira notícia. Se tiver um evento numa comunidade, o pessoal vem aqui, faz uma divulgação e a gente aproveita e já faz uma matéria sobre esse evento, faz uma entrevista com o pessoal. Tudo aquilo que acontece aqui em Seberi e região, também a gente acabada destacando [...] (BARBOSA, 2013).

Por outro lado, notícias produzidas a partir de fatos obtidos pela própria rádio foram escassas. Todas envolveram o setor de segurança

pública, baseando-se em sonoras gravadas com representantes desses órgãos. A partir da análise de conteúdo e da observação de campo não encontramos nenhuma pista que outro tipo de material tenha sido preparado exclusivamente pela emissora. O que comprova ainda mais a necessidade de pelo menos mais um profissional trabalhando na equipe de Jornalismo. Tudo isso reforça a constatação feita por Brinca (2012, p. 32) em relação aos meios de comunicação locais: “jornais que funcionam sem ter um único jornalista. Jornais onde não se escreve uma única palavra. Apenas se copia. E agora, com o envio dos comunicados de imprensa por e-mail, basta fazer ‘copiar’ e ‘colar’”.

Exceto o *Diário 880* e o *Bola em Jogo*, todos os demais programas noticiosos seguem um mesmo padrão, em forma de texto corrido (FERRARETTO, 2001). Tanto as sínteses noticiosas quanto os radiojornais possuem apenas um locutor, trazendo as principais notícias nacionais ou internacionais, regionais e por fim as locais. A previsão do tempo e a cotação dos produtos agrícolas aparecem inúmeras vezes durante a programação. Nas previsões meteorológicas são veiculadas as situações climáticas do estado, região e município. O site consultado é o da Met Sul Meteorologia, empresa de consultoria do tempo e clima. Durante as transmissões é citada a fonte. A cotação dos produtos agrícolas também é pesquisada em sites de notícias do estado e região, como é o caso da Emater/RS-Ascar, instituição que presta assistência técnica rural. Devido à emissora estar situada em uma região eminentemente agrícola, onde o clima e a cotação dos produtos agrícolas são determinantes no dia a dia da população local, é imprescindível a divulgação deste tipo de serviço. A prestação de serviço está entre uma das principais características das rádios AM, elas



“noticiam, informam os ouvintes” (KLÖCKNER, 2002, p. 11). Nas estações de caráter local/regional essa característica é ainda mais potencializada, por conta, principalmente, de sua produção e programação estarem concentradas em uma região específica.

Nos dias da pesquisa de campo, notamos que a profissional realizava uma prática comum no meio radiofônico, a radioescuta, ouvindo aquilo que vai ao ar nas rádios concorrentes. Como a maioria das emissoras regionais já possui sites próprios, a prática se dava a partir da audição de emissoras regionais através da internet. Na quinta-feira, 9 de janeiro, por exemplo, durante a manhã, a estação ouvida foi a “Rádio Comunitária de Frederico Westphalen”. Observamos que não só os sites de outras rádios são consultados, as páginas na internet de jornais impressos da região, também foram rotineiramente visitadas. A prática ocorre tanto para pautar a Seberi quanto para saber se a estação serviu de fonte de captação para outras rádios.

Mesmo tendo como um dos seus slogans a expressão “Nós ouvimos você”, a participação do ouvinte por telefone ou outros canais não foi constatada durante a observação de campo. Na programação jornalística, só detectamos a participação do público na radiorrevista *Diário 880*, mas o conteúdo não estava relacionado a algum fato jornalístico. Nas sínteses noticiosas ou radiojornais, em nenhum momento há a colaboração do público, as informações são majoritariamente das assessorias e da web. Apesar disso, Delonice Barbosa (2013, grifo nosso) destaca a participação do ouvinte na produção jornalística: “o pessoal às vezes liga dizendo: ‘*tá acontecendo um evento em tal lugar, vem fazer uma matéria*’”. Lopez (2009, p. 35) exalta que “o jornalismo se rendeu à crescente participação do internauta

e reconfigurou, gradualmente, o seu conteúdo para uma maior interatividade em todas as etapas da produção jornalística”. No entanto, o envolvimento do público na produção e programação jornalística da Seberi, a partir de sugestões de pauta, por exemplo, não foi identificada na semana analisada.

A emissora concentra sua produção e programação em conteúdos locais e regionais, contudo, isso não a impede de transmitir informações de outros lugares. “Nós focamos nas notícias locais, mas também divulgamos estaduais, nacionais e internacionais, um pouco de tudo, mas o foco mesmo é local” (BARBOSA, 2013). Segundo a profissional, são veiculadas no *Jornal do Meio-Dia* e no *Pauta de Notícias* uma média de cinco matérias internacionais, cinco nacionais e cinco estaduais, o restante são todas locais e regionais. Assim como na Luz e Alegria, a programação é dividida por zonas geográficas (FERRARETTO, 2001), primeiro as notícias internacionais e nacionais, seguido das estaduais e por último as informações regionais e locais.

No que tange ao espaço para programação jornalística na grade da emissora, a Seberi disponibiliza um tempo menor em comparação à Luz e Alegria. São pouco mais de três horas de conteúdo jornalístico, intercalados com música. De acordo com Jeferson Carvalho (2014), se opta por uma programação eclética e menos pesada durante o dia, mesclando música com informação. O diretor não concorda com a alegação de que o AM é notícias e o FM é música. Segundo ele, a Seberi faz uma AM, “FMzada”. Desta forma, não privilegiando um formato. Em razão da Luz e Alegria possuir além de uma emissora em amplitude modulada, também uma em FM, é compreensível que a grade da AM seja basicamente de conteúdo noticioso. Entendemos que este seja um

dos motivos que faz com que a LA tenha um número maior de profissionais trabalhando no Departamento de Jornalismo. Bem como, seja capaz de realizar mais produções externas e condições para apuração radiojornalística.

Conforme o protocolo de migração da AM para FM, verificamos que a Rádio Seberi é uma das rádios que pretendem migrar. Quando questionado no início de 2014 sobre a oportunidade migração, Jeferson Carvalho destacou que a emissora estava avaliando a possibilidade: “é muito atraente a possibilidade de migrar para FM, porque seria uma melhor qualidade de som, muito embora, em termos de alcance o FM seja muito menor do que o AM”. Em junho de 2014, o diretor-geral informou o motivo do pedido de migração: “nosso pedido baseia-se, principalmente, no acompanhamento das tendências do rádio atual. Estamos cientes que o rádio AM sofre muito mais interferências de sinal que o FM. Muito embora, tenha uma cobertura bem inferior” (CARVALHO, 2014). O diretor informou, ainda, que a estação está avaliando a viabilidade técnica da migração.

#### *4.2.5.1 O global na esfera local na Seberi AM*

A rádio Seberi é definida como uma emissora de caráter regional, principalmente por conta de sua abrangência. Observamos durante a semana de análise que não houve produções externas em outras regiões do estado. Os conteúdos de outras partes do estado, país e mundo foram procurados nos jornais impressos e portais jornalísticos. Os jornais que circulavam no Departamento de Jornalismo e também no estúdio foram *Correio do Povo* e *Zero Hora*. Nestes veículos impressos de referência do Rio Grande do Sul foram buscadas principalmente

informações de outras partes do estado e dos times de futebol Grêmio e Internacional. No programa *Diário 880*, são transmitidas as manchetes destes jornais, bem como algumas das principais notícias. Em todas as edições foram informadas as fontes. Algumas informações do programa *Bola em Jogo* também são retiradas de tais periódicos. Contabilizamos 36 notícias relacionadas ao estado, no entanto, não confirmamos a procedência da informação (internet, assessoria ou jornal impresso).

Notícias nacionais e internacionais também fazem parte dos noticiários da Seberi, a maioria retirada dos principais sites jornalísticos país (*GI*, *ClicRBS*, *R7* etc.). Verificamos um total de 42 matérias em âmbito nacional, sendo o maior número de assuntos referentes ao Governo Federal ou entidades ligadas ao poder público. Informações relacionadas ao Governo são de interesse da maior parte da população e costumam trazer reflexos à comunidade local. Na segunda-feira, 6, foi veiculada uma matéria a respeito do “Bolsa Família” (programa do Governo em apoio às famílias em situações de pobreza). A notícia, mesmo que de caráter nacional, interessa diretamente à população local e se torna relevante ao ouvinte. Outra matéria veiculada na segunda-feira foi o “Último dia para as inscrições no concurso do IBGE”, informação de temática nacional que foi adaptada para o ângulo regional (Anexo 9 – CD – áudio 8).

Notícias internacionais também aparecem em números consideráveis. Foram contabilizadas 11 vezes durante a semana de análise, a maioria envolvendo conteúdos curiosos, como, por exemplo, “Homem no Paquistão tem pedra de quase 1 kg tirada de sua bexiga”, transmitida na quarta-feira, dia 8. Tanto as nacionais quanto as internacionais não indicavam a fonte da notícia. De acordo com

Delonice Barbosa, as notícias internacionais são colocadas quando consideradas interessantes: “quando não tem nada de informação internacional interessante, eu não coloco”. Ainda, nenhuma das informações internacionais abordava assuntos de interesse local, foram basicamente conteúdos excêntricos, que funcionam como uma forma de preencher espaços na programação.

Em diversas notícias estaduais e nacionais foram inseridas sonoras com pessoas diretamente ligadas aos assuntos transmitidos, entretanto, não é citada a origem da matéria. Foi verificada esta prática em 10 informações. Detectamos, a partir do conteúdo das notícias, que estas são produzidas pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC)<sup>80</sup> e reproduzidas pela Seberi. Todas as notícias continham um lead apresentado pela comunicadora da Rádio Seberi.

É na internet, ainda, que são buscados os conteúdos dos quadros *O dia de hoje* e *Mensagem do dia* do programa *Diário 880*. Em nenhuma das oportunidades é comunicada a procedência dos assuntos. No quadro *Mundo dos Esportes*, do programa *Bola em Jogo*, são noticiadas as principais informações esportivas do país. O programa é produzido pela *Talk Radio* e disponibilizado para as emissoras assinantes.

Vale lembrar novamente que a Seberi é afiliada à Rede Gaúcha Sat. A emissora reproduz todas as edições do *Notícia na Hora Certa*, *Correspondente Ipiranga* e a programação do final da noite e madrugada (23h às 5h30). Segundo Jeferson Carvalho, gerente-geral da Seberi AM, a Rede Gaúcha Sat traz para a emissora um apanhado geral, principalmente ao que diz respeito a estado, país e exterior, que não

---

<sup>80</sup> É uma empresa pública de comunicação. <http://www.ebc.com.br/>.

podem ser acompanhados diretamente devido à distância. O gerente-geral enfatiza que estar inserido na Rede é muito mais importante para Gaúcha do que para a Seberi.

A Gaúcha está usando o nosso dial para expandir o áudio dela para todos os cantos do estado e para alguns cantos do país. Nós não estamos tendo a oportunidade de colocar a nossa marca nessa rede, porque a marca do rádio é a voz do locutor. [...] Quando a Rádio Seberi puder através do seu repórter levar informação para a Rede Gaúcha Sat, aí sim nós estaremos fazendo uma *via de mão dupla* (CARVALHO, 2013, grifo nosso).

A partir da afiliação de emissoras como a Seberi, a Rádio Gaúcha consegue ampliar sua abrangência, levando a sua informação e seus anunciantes para um número maior de ouvintes. Segundo Jeferson Carvalho (2013), no que se refere à Rádio Seberi, a inserção à Rede reduz a necessidade de mais profissionais na área jornalística dentro da estação. Além disso, ele enfatiza que se trata de uma informação séria, responsável, assinada por profissionais da área, o que possibilita que notícias em nível de estado, país e internacional sejam veiculadas. Em sua página na internet, a emissora faz questão de destacar que é uma das 141 afiliadas da Rede Gaúcha Sat (Anexo 8).

#### 4.2.5.2 *Da antena para o site*

Complementar ao meio tradicional, a rádio possui uma página na web: <http://www.seberiam.com.br/>, onde é possível ouvir a programação da emissora. O site contém ainda *links* com a programação, agenda, galeria de fotos, fale conosco e notícias.

Algumas notícias veiculadas nos programas noticiosos estão armazenadas no site, podendo ser consultadas a qualquer momento.

Estão *linkados*, ainda, o “Horóscopo”, que direciona a informação para a página da *Uol*; “Loterias”, remetendo ao site da Caixa Econômica Federal; “Previsão do tempo”; “Obituário”; “Mensagem do Dia”, com um áudio gravado por um dos locutores da estação; “Água na Boca”, com *hiperlinks* reunindo receitas culinárias; e “Mapa”, que traz a localização da emissora a partir do *Google Maps*. As empresas parceiras da rádio também aparecem na página inicial do site.

A profissional do Departamento de Jornalismo da emissora destaca que a página na web é, além da transmissão da antena, mais um meio de comunicação para informar. Segundo ela, o site é atualizado todos os dias com informações da cidade, dos municípios da região, estaduais, nacionais e internacionais que sejam importantes ao público, além de publicarem fotos (BARBOSA, 2013). Isto propicia que não as pessoas que estão localizadas no raio de abrangência da antena possam ter acesso às informações transmitidas pela rádio.

*Linkados* ao site estão os perfis no *facebook* e *twitter* da emissora. Nessas páginas, encontram-se principalmente fotos de eventos cobertos pelos profissionais da estação. O perfil no *facebook* possui mais de cinco mil “amigos”.





## CONCLUSÃO

O cenário atual da comunicação nos remete a um jornalismo cada vez mais global, onde as notícias de diferentes lugares são compartilhadas nacional e internacionalmente. Isto é consequência, principalmente, do desenvolvimento tecnológico. Segundo Castells (1999), o novo sistema comunicacional tem transformado as dimensões fundamentais da vida humana, que são o espaço e o tempo. De acordo com o autor: “localidades ficam despojadas de seu sentido cultural, histórico e o geográfico e reintegram-se em redes funcionais ou em colagens de imagens, ocasionando um espaço de fluxos que substitui o espaço de lugares” (1999, p. 397).

No que tange ao rádio, a grande rede (internet) e as transmissões por satélite, por exemplo, colaboram para a sua expansão global. As emissões via satélite impulsionaram o desenvolvimento das redes radiofônicas, que permitiram às emissoras afiliadas a reprodução de conteúdos produzidos pela estação cabeça de rede. A internet, além de possibilitar a convergência midiática, permitindo, no caso do rádio, a difusão da programação por outra plataforma complementar à antena, se tornou um dos principais instrumentos para a apuração e captação de notícias. Contudo, como afirma Comassetto (2007, p. 125), “num contexto em que a proliferação de meios e canais e a dificuldade de competir em escala mais abrangente com os conglomerados de mídia obrigam à descoberta de novos nichos de mercado, o espaço local não pode ser desprezado”. Por isso, neste trabalho, procuramos lançar um olhar acerca do radiojornalismo local em pequenas emissoras, numa

época em que o jornalismo tem assumido um caráter cada vez mais globalizado.

Analisamos, neste estudo, a rotina jornalística das rádios Luz e Alegria AM e Seberi AM, tal como os seus reflexos na programação das emissoras. Empregamos como metodologia a abordagem do *newsmaking*, que possibilitou estudar o processo produtivo de construção das notícias em cada uma das estações. As técnicas utilizadas – observação de campo, entrevistas e análise de conteúdo – permitiram a comunicação entre o material teórico-bibliográfico e os objetos empíricos.

No primeiro capítulo teórico, com base em autores como Luiz A. Ferraretto, Octávio Vampré, Sonia Virginia Moreira e Valci Zuculoto discutimos a trajetória histórica do radiojornalismo. Abordamos, entre outras coisas, o desenvolvimento da notícia radiofônica, as mudanças nas emissoras em amplitude modulada e as características da programação radiojornalística, para o entendimento da dinâmica produtiva no radiojornalismo local, em especial na Luz e Alegria AM e na Seberi AM. Verificamos que as práticas jornalísticas que eram comuns no início da trajetória do meio, como o *gilete-press*, continuam rotineiras nas pequenas emissoras, sendo atualizadas conforme as transformações tecnológicas. A chegada da televisão e do FM fez com que as estações em amplitude modulada se dedicassem ainda mais ao jornalismo, com a utilização, por exemplo, dos serviços de utilidade pública. Esses serviços foram e continuam habituais nas emissoras locais.

Evidenciamos, então, o que observa Castells (1999, p. 355), “o rádio perdeu sua centralidade, mas ganhou em penetrabilidade e

flexibilidade, adaptando modalidades e temas ao ritmo da vida cotidiana das pessoas”. A evolução dos equipamentos de transmissão e captação, exposta durante todo o capítulo, modernizaram as redações e ocasionaram transformações em toda a rotina de trabalho das estações radiofônicas. A partir dos formatos de programação informativa explanados nesta parte do estudo, compreendemos melhor a opção por parte das emissoras em utilizar determinado conteúdo ou forma em seus programas.

No segundo capítulo da fundamentação teórica, focamos nosso estudo nas características da imprensa local e regional a partir das pesquisas de Beatriz Dornelles e Cecília Peruzzo. Para abordar as questões que envolvem o rádio local – poucos profissionais, baixa remuneração, o oficialismo, os conteúdos pré-produzidos etc. -, nos apoiamos em estudiosos do rádio como Mariano Cebrián Herreros e Leandro Comassetto. Trabalhamos também a situação atual do radiojornalismo local, destacando a questão das fontes, dos instrumentos de apuração jornalística e da captação de informações na internet, assim como o crescimento das redes radiofônicas que procuram se inserir nas localidades, por conta, principalmente, de fatores mercadológicos. Neste capítulo, identificamos que a imprensa local possui poucos profissionais, o que resulta, entre outras coisas, na dependência pelo “oficialismo”, baseando-se, especialmente, em conteúdos oriundos das assessorias de imprensa, bem como na utilização de informações captadas na internet. O rádio local, muito mais do que qualquer outro, foca sua produção e programação radiojornalística em temáticas que envolvem sua audiência mais próxima e principal, ou seja, assuntos locais e regionais. No entanto, as emissoras pequenas têm sido dependentes das transmissões

em cadeia, a partir da afiliação às redes. Essas nuances da imprensa e do rádio local, observadas a partir dos principais teóricos da área, são encontradas nas estações analisadas.

Com base no material teórico desenvolvido ao longo deste trabalho, constatamos ainda que desde o início do seu desenvolvimento histórico, o rádio é o meio de comunicação de massa mais propício para a apuração e difusão de conteúdos em âmbito local. As características intrínsecas ao meio – imediatismo, agilidade, utilidade pública, etc. – fazem com que isso se torne eminente. No meio radiofônico, como explica Prado (1989, p. 28), as informações podem ser expostas pelos próprios conhecedores, especializadas no assunto, sem passar pelo filtro dos não conhecedores – ou seja, dos jornalistas. Nas estações locais, isto é ainda mais potencializado, em razão da proximidade dos comunicadores e das próprias emissoras com as fontes.

Agora, os contatos, o diálogo com o ouvinte e as próprias transmissões são realizados também através desta plataforma. As emissoras locais já não reduzem a transmissão de sua programação à antena, estão também no ambiente on-line, em que “[...] a programação feita para o dial é agora inserida no computador. Ao invés de ser irradiada por transmissores e antenas, é a internet que alcança seus ouvintes. No entanto, muitas de suas características essenciais são mantidas e a internet funciona apenas como um novo suporte” (TRIGO-DE-SOUZA, 2002-2003, p. 1). Hoje, as formas de contato e apuração jornalística também são realizadas pela internet, tanto em âmbito local quanto estadual, nacional e internacional. As estações avaliadas estão inseridas nesse novo rádio globalizado. Realizam as transmissões também pela internet e possibilitaram novas formas de diálogo com o

ouvinte. Mesmo com as imensuráveis possibilidades de participação do público no rádio atual, há nas emissoras estudadas um ouvinte ausente, com nenhuma ou pouca interação, motivo que não pôde ser mais aprofundadamente analisado neste estudo, mas cuja evidenciação fica como um material rico para uma futura pesquisa.

Um dos pontos observados que mais nos chamou a atenção diz respeito à equipe de profissionais nos Departamentos de Jornalismo das rádios. Ao considerarmos a quantidade de funcionários, a Luz e Alegria possui um número consideravelmente maior do que a Seberi. A LA tem quatro profissionais ligados diretamente à produção jornalística, o que possibilita a disposição de um funcionário especificamente para produções externas – os demais se dedicam majoritariamente ao trabalho dentro da redação. No entanto, constatamos pouca presença de coberturas externas. Podemos concluir, a partir das observações, que isso decorre principalmente pelo excesso de tempo dispensado à realização de boletins comerciais durante o expediente jornalístico, que interfere tanto na produção quanto na programação jornalística. Mesmo com o notável desagrado dos funcionários em produzir este tipo de material e o prejuízo à informação jornalística, já que o tempo que poderia ser destinado à produção e veiculação de notícias é reservado para fins basicamente econômicos, acreditamos com base no que foi verificado, que a emissora não procura e nem pretende realizar modificações que beneficie à produção e o conteúdo jornalístico.

Em relação à produção interna, os profissionais da Luz e Alegria são totalmente dependentes das informações pré-produzidas pelos órgãos públicos e privados e demais entidades do município e região, fornecidas principalmente por e-mail. A maior parte dos fatos

que chegou à redação durante a semana analisada foi oriunda dessas instituições. Não há um aprofundamento da pauta, trazendo novas perspectivas, informações complementares ou conteúdos que enriqueçam a notícia. Podemos destacar alguns dos fatores que ocasionam essa dependência: escassez de profissionais para a cobertura direta dos fatos; falta de qualificação profissional; ineficácia no gerenciamento do tempo para produção; pouca cobrança interna e externa; comodismo; ausência de concorrência qualificada; e órgãos públicos como principais fontes de arrecadações da emissora. Este jornalismo declaratório, baseado no oficialismo, nos remete novamente a afirmação de Cecília Peruzzo:

Acrescenta-se, em alguns casos, a opção administrativa de donos de veículos locais, de aceitar com naturalidade o exercício de um jornalismo baseado em fontes oficiais, já que isso garante a sobrevivência do veículo. Nessas condições o jornalismo local deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma “comunidade” (PERUZZO, 2005, p. 81).

Informações retiradas dos sites das Prefeituras e Câmaras de Vereadores também são reproduzidas pela estação sem qualquer apuração ou aprofundamento e transmitidas na íntegra, sem adequação da linguagem para o meio radiofônico ou citação da fonte. Como a própria produção e programação jornalística se dão basicamente durante a manhã, observamos que a escassez de tempo para apuração dos fatos pode ser um dos fatores que limita a investigação minuciosa dos acontecimentos. Entretanto, na maioria das tardes não há uma rotina produtiva na emissora. Por conta disso, o público local fica carente de informações locais no restante do dia. As duas edições do *Notícia da*

*Hora*, que vão ao ar à tarde, são basicamente repetições das matérias veiculadas nas edições da manhã, sem complementação do conteúdo, sendo compostas, na maioria das vezes, de notícias frias, ou seja, informações que não requerem uma publicação imediata<sup>81</sup>. Esta situação poderia ser modificada caso a estação contasse com mais profissionais na equipe jornalística, trabalhando principalmente na produção vespertina ou, então, organizasse melhor as funções e expediente de trabalho na redação.

No que tange à equipe de profissionais no Departamento de Jornalismo, a situação da rádio Seberi é ainda mais delicada. A emissora tem apenas uma funcionária trabalhando na produção jornalística, esta sem formação na área. A profissional passou a comandar o Departamento de Jornalismo em janeiro de 2013 – antes atuava no Departamento Comercial e na limpeza da emissora. Agora, a funcionária realiza suas atividades de modo insipiente, com produções feitas de acordo com o seu entendimento pessoal do que é correto ou errado numa notícia radiofônica, sem se basear em manuais ou práticas anteriores. Isto demonstra uma tendência recorrente no radiojornalismo desde os seus primórdios, em que os profissionais “se formam” a partir da prática jornalística cotidiana. Outra questão que leva as emissoras locais a empregar funcionários com pouca qualificação é a baixa procura por parte dos jornalistas graduados em trabalhar na imprensa local. Os recém-formados veem a mídia do interior como “uma realidade superada ou, no mínimo, em plena decadência” (BUENO, 2013, p. 60). A maioria destas rádios não possui condições financeiras ou acredita que

---

<sup>81</sup> Informação contida no manual de redação da Folha de S. Paulo. Disponível em: [http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual\\_edicao\\_m.htm](http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_edicao_m.htm).

o custo-benefício para manter um profissional com formação acadêmica na área é pouco vantajoso, como notamos especialmente na Seberi.

A falta de qualificação profissional, a inexperiência e a sobrecarga de trabalho fazem com que a produção radiojornalística na rádio Seberi seja ainda mais dependente de informações pré-produzidas, tanto pelas assessorias de imprensa das fontes oficiais quanto de sites jornalísticos regionais, estaduais ou nacionais e jornais impressos.

O tempo reduzido para produção está entre uma das principais queixas da funcionária da emissora de Seberi, o que comprovamos a partir da nossa análise. A produtora desperdiça muitas horas para a edição de entrevistas gravadas, tempo que poderia ser mais bem aproveitado caso essas fossem realizadas ao vivo e, principalmente, se houvesse mais funcionários trabalhando no Departamento de Jornalismo. A escassez de profissionais na produção jornalística contribui para a redução da cobertura de fatos/eventos externos, já que se torna inviável a produtora editar, redigir, cobrir e apresentar as informações ao mesmo tempo. O gerente-geral, Jeferson de Carvalho, salienta que o rádio necessita de um profissional “polímídia”, que consiga entender um pouco de tudo, pois, segundo ele, “a informação não escolhe horário, ela não delimita tempo no dia. O profissional que cumpre horário e volta *pra casa*, esse é um bom redator, mas não um bom repórter de rádio”. Com essa afirmação, podemos constatar que na rádio Seberi há uma funcionária “polímídia”, que desempenha diversas funções durante sua rotina de trabalho, no entanto, sua atividade é mais de “redatora”, trabalhando majoritariamente na redação jornalística a partir de notícias pré-produzidas.



Diversas denominações estão sendo dadas a esse perfil de profissional que desempenha inúmeras funções nas redações radiojornalísticas. De acordo com Marcelo Kischinhevsky (2012, p. 5), “no âmbito profissional, cresceu a demanda por jornalistas multifuncionais, que assumem diversas tarefas, da apuração à produção, passando pela edição, locução e até operação de mesas de som”. A funcionária da Seberi desempenha, mesmo que de forma rasa e inconsciente, todas essas funções, fazendo com que a emissora não procure investir em outros funcionários para o Departamento.

Ambas as estações não possuem uma produção e programação radiojornalística durante os finais de semana. Podemos constatar facilmente a lógica empresarial seguida por elas, com uma rotina de trabalho de segunda a sexta-feira. Nos finais de semana são veiculados, sobretudo, conteúdos terceirizados, de Sindicatos, Câmaras de Vereadores e outras entidades locais e regionais. Com isso, as emissoras aumentam o faturamento econômico, já que esses espaços são pagos à estação. Sant’Anna (2008, p. 80) enfatiza como é realizada essa prática no rádio brasileiro: “sem dinheiro e sem jornalistas, muitas emissoras optam em vender espaços a terceiros. São terceirizadas a produção de conteúdos e a operacionalidade dos programas”.

Concluímos, ainda, que em razão das rádios analisadas necessitarem dos conteúdos produzidos pelas assessorias de imprensa dos Poderes Públicos, para elas torna-se inviável manter uma programação jornalística como a dos demais dias da semana, uma vez que essas fontes não costumam gerar pautas aos fins de semana. Destacamos, então, o que evidencia Wolf (1997, on-line): “agora

tornou-se normal dizer e pensar que não são os jornalistas que devem buscar as notícias, e sim, que são as notícias que buscam os jornalistas”.

No que se refere aos conteúdos da programação, em ambas as estações, perduram-se os gêneros e formatos mais usuais no radiojornalismo: as notas, os *flash* informativos, as entrevistas e os noticiários. Mesmo com a infinidade de recursos tecnológicos disponíveis para produção, edição e apresentação de notícias, que possibilitariam, por exemplo, a realização de reportagens, as emissoras limitam-se à veiculação superficial das informações. Programas de debates, por exemplo, que demandam a utilização de poucos recursos tecnológicos e possuem baixo custo, já que em geral os entrevistados deslocam-se aos estúdios ou participam por telefone, também não são explorados pelas estações.

A partir dos resultados da pesquisa, podemos concluir que as duas emissoras têm a internet como o principal instrumento para captação de informações, seja de conteúdos locais ou globais. Na *web*, elas têm acesso às suas principais fontes de notícias. Ainda, as observações revelam a existência de um formato de radiojornalismo local baseado em conteúdos pré-produzidos, obtidos através dos diferentes canais de comunicação (telefone, e-mail, site, etc.). Essas rádios acostumaram-se e necessitam intensamente desses materiais para compor as suas programações jornalísticas. Os profissionais, na maioria das vezes, nem ao menos verificam a qualidade do que é disponibilizado, a função, agora, é basicamente de ‘selecionador’ dos conteúdos. O ouvinte, que é o principal interessado pela notícia, fica a mercê do oficialismo.

O maior impulso trazido pela inovação tecnológica refere-se à fabricação e montagem da informação, e não a sua idealização. O modelo jornalístico continua sendo o antigo, mas o uso da tecnologia mostra claramente a necessidade de se discutir também o modelo jornalístico, um modelo que já chegou à estagnação e se manifesta insuficiente para as necessidades de conhecimento e informação das sociedades complexas (WOLF, 1997, on-line).

Podemos afirmar que uma das dificuldades do jornalismo atual, especialmente do radiojornalismo local, está em conseguir aliar a multiplicidade de recursos tecnológicos, que auxiliam principalmente na rotina produtiva das emissoras, às necessidades informativas da sua audiência. A população local quer ouvir não apenas o que ocorre nas Prefeituras e Câmaras de Vereadores, por exemplo, mas também sobre o buraco na rua, a greve dos professores da rede estadual, a safra agrícola, ou seja, tudo aquilo que envolva diretamente a sua comunidade e região e seja por ele comprovado.

As emissoras analisadas possuem basicamente características de reprodutoras de conteúdos e não de geradoras de informações jornalísticas. O que notamos é que o radiojornalismo tem perdido alguns de seus fundamentos como a prestação de serviço, a interatividade, o equilíbrio e o detabe do contraditório, da pluralidade e da diversidade. A informação não é produzida e transmitida com mais profundidade, ouve-se apenas um lado do fato e os interesses do ouvinte têm sido silenciados. Pouco se ouve realmente de jornalismo. O que se tem é um rádio voltado ao oficialismo e aos interesses econômicos do veículo.

Os conteúdos de interesse generalizado, principalmente no que tange ao estado e país, são disponibilizados pela emissora cabeça de rede, a Rádio Gaúcha de Porto Alegre. A Rede não interfere diretamente no espaço da programação radiojornalística das estações, servindo

basicamente para suprir a necessidade em relação a informações mais globais, bem como transmissões esportivas, já que as rádios locais não têm condições técnicas, financeiras e profissionais para cobrir os fatos/eventos em âmbito estadual ou nacional. Por outro lado, o conteúdo da cabeça de rede, que deveria servir apenas para preencher as lacunas em relação às informações mais globalizadas, tem ganhado ainda mais espaço, principalmente em horários em que há a defasagem de profissionais trabalhando nas estações locais, como na madrugada. Além disso, a rede não tem nenhuma obrigação em veicular notícias provenientes das afiliadas, que são consideradas apenas reprodutoras dos conteúdos.

O problema da formação das redes não está especialmente em não “dar voz” às afiliadas, mas sim em relação ao espaço que estão ocupando nas pequenas emissoras locais, com a justificativa de disponibilizarem um conteúdo de qualidade e sem custos. A Gaúcha Sat, por exemplo, criou algumas sucursais em regiões de referência no estado como em Caxias do Sul, Pelotas e Santa Maria, com conteúdos e profissionais específicos para essas regiões. Com isso, a rede aumentou a sua área de abrangência e tem conquistado novos investimentos publicitários, um dos principais interesses das estações comerciais e mais ainda das cadeias radiofônicas, que pertencem aos grandes conglomerados midiáticos do país.

Em contrapartida, as rádios do interior poderiam reforçar sua programação com mais conteúdos originários de suas próprias produções. Para isso, seria necessário modificar, primeiramente, a estrutura de trabalho dessas emissoras, com mais profissionais, melhores

salários, maior aproveitamento do tempo de produção, entre outras mudanças.

Mesmo com a afiliação à rede, ao final desta pesquisa podemos concluir que ambas as emissoras têm sua produção e programação voltadas às temáticas locais e regionais, privilegiando assuntos que estejam ligados a sua audiência principal e mais próxima. Isso confirma, assim, a definição de rádio local proposta por alguns pesquisadores, como Cebrián Herreros (2001, p. 146): “rádio local é aquele que atende aos interesses, responde aos gostos e necessidades de serviços de comunicação. Está centrado na vida social, econômica, política e cultural de sua área de abrangência e também em tudo o que ocorre no exterior e que tenha repercussão na vida comunidade”.

Podemos dizer que a Luz e Alegria atende as necessidades informativas da comunidade local a partir da prestação de serviços, da utilidade pública e por ter uma produção eminentemente local e regional, principalmente por reservar um espaço significativo em sua programação especificamente para o jornalismo. Mesmo assim, a estação apresenta diversas falhas no seu modo de produzir jornalismo, como o pouco espaço e tempo destinado à produção de reportagens, apuração insuficiente, dependência de conteúdos provenientes de fontes oficiais e espaço limitado para reivindicações e debates.

Por outro lado, a rádio Seberi mantém uma linha diferente, em que mescla música e entretenimento com jornalismo. Constatamos que a emissora atende de forma mais modesta as necessidades informativas do ouvinte, baseando-se principalmente na prestação de serviços. Os principais problemas do processo de produção de notícias na Seberi envolvem a falta de profissionais: escassez de tempo, falta de apuração,

dependência de fontes oficiais, ausência de produções externas e pouco ou nenhum espaço para interação com os ouvintes.

Atestamos que o jornalismo praticado nessas estações é deficitário, carente de uma produção mais elaborada, que passa pelas fases de apuração, seleção e edição (WOLF, 2008). A rotina produtiva é constituída basicamente da seleção dos fatos que irão ao ar, sem passar, na maioria das vezes, pelas demais etapas do processo. A Luz e Alegria, mesmo apoiada fundamentalmente no “oficialismo” consegue fazer um jornalismo com mais qualificação. Entre as razões disso estão: possuir mais recursos técnicos para a produção e transmissão de informações e ter um número maior de funcionários que trabalham no Departamento de Jornalismo.

Identificamos também a inserção de notícias nacionais e internacionais na emissora de Seberi. No entanto, nenhuma delas trouxe alguma informação que teria relação direta com a localidade ou região. Apenas tratava-se de conteúdos curiosos, como foi o caso da matéria: “Homem no Paquistão tem pedra de quase 1 kg tirada de sua bexiga”. Informações deste tipo vão de encontro ao verdadeiro sentido do jornalismo, que é o interesse público. Segundo Karam (2004, p. 31), “ao jornalismo cabe determinar, por sua essência, que somente alguns acontecimentos e versões serão noticiáveis e outros não”. Constatamos que a Seberi não realiza a devida filtragem das notícias, seguindo, por exemplo, os critérios de noticiabilidade. A falta de tempo para produção jornalística, a equipe de trabalho enxuta e até mesmo o comodismo em utilizar sempre a mesma fonte de informação – no caso dos fatos internacionais, o mesmo site noticioso –, faz com que a emissora permaneça privilegiando assuntos globais que pouco contribuam com o

cotidiano do seu público. A carência de profissionais trabalhando no Departamento está entre os principais problemas da rádio Seberi no que tange à produção e programação radiojornalística.

A partir de nosso estudo, podemos considerar, ainda, que um dos motivos para a baixa qualidade do jornalismo nas emissoras do interior diz respeito à questão da regulamentação do rádio. Essas estações adquirem a outorga do governo e não há a fiscalização posterior por parte dos órgãos responsáveis. Segundo Sant’Anna (2008, p. 78), “não existe fiscalização da Anatel no cumprimento da programação jornalística mínima de 5%”. Com isso, não há um controle sobre o número de profissionais da área trabalhando nessas estações, qual a qualidade da informação veiculada e dos equipamentos de transmissão, entre outros pontos que deveriam ser mais bem regulamentados para haver um melhor padrão de jornalismo nas localidades. Essas afirmações vão ao encontro do dado apontado por Santa’Anna (2008, p. 75): “em 2004, a imprensa radiofônica respondia, em média, por 5% da oferta de trabalho dos jornalistas”. Dez anos se passaram e percebemos que esta situação mantém-se recorrente no radiojornalismo local. A falta de recursos financeiros para custear uma equipe de jornalismo está entre as principais razões dessa incidência.

As informações contidas nesse estudo sobre as rádios Luz e Alegria AM, de Frederico Westphalen, e Seberi AM, de Seberi, situadas na região noroeste do Rio Grande Sul, podem representar a situação atual do radiojornalismo local nas pequenas emissoras de todo o Brasil. É notório no cenário da radiodifusão sonora que as produções jornalísticas estão concentradas estritamente nas redações, com os profissionais dedicando-se ao aprimoramento da informação oriunda de

outras fontes. Veem-se cada vez menos os repórteres na rua. No radiojornalismo local, isso é ainda mais evidente, em consequência da escassez de estrutura material e de pessoal para fazer este trabalho.

Mesmo com todas essas circunstâncias, o rádio continua sendo o principal veículo de comunicação local, especialmente por conta das características intrínsecas ao meio como o imediatismo, o baixo custo, a utilidade pública e a simultaneidade. Segundo os dados da pesquisa “Perfil do Rádio Brasileiro”<sup>82</sup> realizada pela Abert, referente ao ano de 2012, quase 60% das emissoras de rádio no país tem uma cobertura de até 100 mil habitantes, ou seja, dedicam as suas produções e programações para um público mais local e regional. Concluímos, assim, que as rádios locais mantêm-se com potencial para continuarem atuantes no contexto atual da mídia, com recursos e espaço para transmitir informações que afetam diretamente o cotidiano de sua audiência. Entretanto, estas potencialidades, cada vez mais crescentes em função principalmente dos avanços tecnológicos, vem sendo pouco utilizadas pelo rádio local.

---

<sup>82</sup> Pesquisa divulgada em 7 de novembro de 2013 pela Abert. Disponível em: <http://www.abert.org.br/>.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU JUNIOR, João Batista de; GOLIN, Cida. **Sintonia Fina: A memória do rádio a partir do relato dos ouvintes septuagenários**. In.: Encontro Nacional de História da Mídia, 6. **Anais...** Niterói: Alcar, 2008. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/6o-encontro-2008-1>.

ADGHINI, Zélia Leal. Informação on-line: jornalista ou produtor de conteúdos? **Revista Contracampo**, Niterói, n.6, pp. 137-152, 2002.

AGNEZ, Luciana Fassarella. **A Convergência Digital na Produção da Notícia: Reconfigurações na rotina produtiva dos jornais Tribuna do Norte e Extra**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2011. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/agnez-luciane-a-convergencia-digital-na-producao-da-noticia.pdf>.

AGUIAR, Leonel Azevedo de. O jornalismo investigativo e seus critérios de noticiabilidade: notas introdutórias. **Alceu**, Rio de Janeiro, v.7, n.13, p.73-84, jul-dez 2006.

ALMEIDA, Wallace Nolasco de. O relacionamento entre mídia e assessorias de comunicação nas cidades do interior. **Acervo On-line de Mídia Regional**, ano 12, v.7, n.8, p. 58-78, jan/abr. 2008.

AVRELLA, Bárbara. **O desenvolvimento das redes radiofônicas no Brasil: o caso da Rede Gaúcha Sat**. In.: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 9. **Anais...** Brasília: SBPJor, 2013.

BALTAR, Marcos Antônio Rocha. Notícia radiofônica: apropriação de um gênero de texto na implantação de rádios escolares. **Signo**. Santa Cruz do Sul, v. 33 n. 55, p. 96-116, jul.-dez., 2008. Disponível em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/signo/index>.

BARBEIRO, Heródoto. Prefácio. In.: PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

\_\_\_\_\_.; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo**, São Paulo: Elsevier, 2003.

BARBEITO VELOSO, María Luz; CRESPO HARO, Esteban. Políticas radiofônicas de comunicación local. El caso de Catalunya. **Revista Latina de Comunicación Social**, v. 5, mai. - 1998. Disponível em: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/99radio.htm>.

BARBOSA, Elizabete. **Jornalistas e Público**: novas funções no ambiente on-line. 2002. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/>.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: Os formatos e os programas em áudio. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70. 1977.

BELTRÃO, L. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BESPALHOK, Flávia Lúcia Bazan. **Reportagem Radiofônica**: As Possibilidades do Vivo e do Diferido na Construção de um Rádio Informativo Diferenciado. In.: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29. **Anais...** Brasília: Intercom, 2006.

BETTI, Juliana C. Gobbi. **Redes Jornalísticas de Rádio** – Estudo de caso comparado nas regiões brasileiras. Monografia apresentada em cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo, na disciplina de Projetos Experimentais. São Bernardo do Campo, 2005.

\_\_\_\_\_. **A especificidade das redes de rádio all-news brasileiras:** os casos da CBN e da BandNews FM. Dissertação apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, para obtenção do grau de Mestre em Jornalismo. Florianópolis: 2009.

\_\_\_\_\_. **As Redes de Rádio no Brasil:** estratégia e desenvolvimento. In.: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 34. **Anais...** Recife: Intercom, 2011.  
Disponível: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2774-1.pdf>.

BONIXE, Luís. Jornalismo radiofônico e Internet – Um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio. **Comunicação e Sociedade**, vol.20, p. 29-41, 2011.

\_\_\_\_\_. Internet e participação - o renascimento da rádio local como espaço de debate público. In.: **Jornalismo de Proximidade:** limites, desafios e oportunidades. CORREIA, João Carlos (Org.). Covilha: Labcom Books, p. 17-29, 2012.

BRASIL. Lei nº 52.795, de 31 de outubro de 1963. **Regulamento dos Serviços de Radiodifusão**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 31 out. 1963. Disponível em:  
<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/Antigos/D52795.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D52795.htm) >.  
Acesso em: 07 jun. 2014.

BRETCH, Bertolt. Teoria do rádio (1927-1932). In.: **Teorias do Rádio:** textos e contextos. MEDITSCH, Eduardo (Org.). Florianópolis: Insular, vol. I, p. 35-45, 2005.

BRINCA, Pedro. Jornalismo de proximidade e participação. Por uma dieta equilibrada de informação, contra a fast-information. In.: **Jornalismo de Proximidade:** limites, desafios e oportunidades. CORREIA, João Carlos (Org.). Covilha: Labcom Books, p. 31-35, 2012.

BUENO, Wilson da Costa. Jornal do interior: conceitos e preconceitos. In.: ASSIS, Francisco de (Org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, p. 45-65, 2013.

CABELLO, Ana Rosa Gomes. Construção do texto radiofônico: o estilo oral-auditivo. **Alfa**, São Paulo, 39, p. 145-152, 1995.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz; CABRAL, Eula Dantas Taveira. A digitalização como repressão tecnológica: o impasse das rádios comunitárias. In.: **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs.). São Paulo: Senac, p. 91-112, 2010,.

CALEBRE, Lia. **No tempo do rádio**: Radiodifusão e cotidiano no Brasil. 1923 - 1960. Tese doutoral apresentada ao curso de História da Universidade Federal Fluminense. Niterói: 2002.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

\_\_\_\_\_. Jornalismo regional: proximidade e distanciamientos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In.: **Jornalismo de Proximidade**: limites, desafios e oportunidades. CORREIA, João Carlos (Org.). Covilha: Labcom Books, p. 35-48, 2012.

CANAVILHAS, João; IVARS-NICOLÁS, Begoña. Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal y España. **El profesional de la información**, v.21, n.1, 2012.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARDOSO, Darlene. Produção jornalística: a construção da realidade. **Plural**, Tubarão, 2008. Disponível: <http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/>.

CARVALHO, Juliano Maurício de; PIERANTI, Octavio Penna. Regulação do rádio digital: princípios e desafios. In.: **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs.). São Paulo: Senac, p. 91-112, 2010.

CASÉ, Rafael. **Programa Casé: o rádio começou aqui**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, v.1, 1999.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **La radio em la convergência multimedia**. Barcelona: Gedisa, 2001b.

\_\_\_\_\_. **Modelos de radio, desarrollos e innovaciones: Del diálogo y participación la interactividad**. Madrid: Fragua, 2007.

CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.

CHAPARRO, Manuel. Iniciação a uma teoria das fontes: tipificação das fontes. **O xis da questão (blog)**, 2009. Disponível em: <http://www.oxisdaquestao.com.br/>.

CLAUSO, Raúl. **Cómo se construyen las noticias** – Los secretos de las técnicas periodísticas. Buenos Aires: La Crujía, 2007.

CORDEIRO, Paula. **A Rádio e as Indústrias Culturais: Estratégias de Programação na Transição para o Digital**. Lisboa: Livro Horizonte, 2010.

COMASSETTO, Leandro Ramires. **A voz da aldeia – o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global**. Florianópolis: Insular, 2007.

\_\_\_\_\_. **O rádio local na era das redes**. In.: Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 5. **Anais...** Natal: Intercom, 2008.

CORREIA, Ana Patrícia. **Fontes de informação 2.0: estudo de caso nos media da Beira Interior**. Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo. Covilhã, 2011.

CORREIA, João Carlos. **O admirável mundo das notícias: teorias e métodos**. Labcom Books, 2011. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/>.

CUNHA, Mágda Rodrigues da. **Oralidade, Mobilidade e Criatividade no Rádio: quais os rumos na era pós-mídia?** In.: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 33. **Anais...** Caxias do Sul: Intercom, 2010.

DEL BIANCO, Nelia. **E tudo vai mudar quando o Digital chegar**. 2003. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/>.

\_\_\_\_\_. **Remediação do radiojornalismo na era da informação**. In: 2º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** Salvador: SBPJor, 2004.

\_\_\_\_\_. **As forças do passado moldam o futuro**. 2008. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/>.

\_\_\_\_\_. Promessas de mudanças na programação e na linguagem das emissoras digitalizadas. In.: **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital**. MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs.). São Paulo: Senac, 2010, p. 91-112.

\_\_\_\_\_. **A difícil decisão do rádio digital no Brasil**. 2013. Disponível em: [http://www.socicom.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=196:a-dificil-decisao-do-radio-digital-no-brasil&catid=44:informativo-no-11&Itemid=67](http://www.socicom.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=196:a-dificil-decisao-do-radio-digital-no-brasil&catid=44:informativo-no-11&Itemid=67). Acesso em: 30 abr. 2014.

DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo “comunitário” em cidades do interior**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

\_\_\_\_\_. **Características de jornais e leitores interioranos no final do século 20**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2005. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt/).

\_\_\_\_\_. O localismo nos jornais do interior. **Revista Famecos**, Porto Alegre v. 17, n.3, p. 237-243, setembro/dezembro 2010.

DUARTE, Ângela Filipa Alves. **Jornalismo de proximidade: O papel informativo da imprensa local**. Ensaio elaborado no âmbito do Seminário de “Questões Contemporâneas do Jornalismo”. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2010.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2ª edição, 2006.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. São Paulo: Ática, 1991.

FALCIANO, Flávio. Radiojornalismo no Brasil: sexagenário e revitalizado. **Comunicação e Inovação**, São Caetano do Sul, v. 1, n. 2, p. 13-20, 2001. Disponível em: [http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/1304/956](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/1304/956). Acesso em: 12 ago 2013.

FAUS BELAU, Angel. **La radio**: introducción a un médio desconocido. Guadiana de Publicaciones: Madrid, 1973.

FERNANDES, Francisco Assis. **65 anos de radiodifusão no Brasil**. Revista Brasileira de Ciência da Comunicação, São Paulo, p. 77-81, 1987. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/1407/1356>. Acesso em: 03 ago 2013.

FERNANDES, Mário Luiz. A força do jornal do interior. **Univali**: Itajaí, p. 62 – 181, 2003.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Tendências da programação radiofônica**: as emissoras em amplitude modulada. In.: Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 23. **Anais...** Manaus: Intercom, 2000.

\_\_\_\_\_. Tendências da programação radiofônica: as emissoras em amplitude modulada. In.: **Desafios do Rádio no Século XXI**. MOREIRA, Sonia Virginia; DEL BIANCO, Nélia R. (Org.). Intercom, 2001.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del Periodismo** – Cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós Ibérica, 1991.



GROHMANN, Rafael. O trabalho dos jornalistas como sintoma da lógica dos conglomerados. **Alterjor**, São Paulo, ano 4, v. 02, ed. 8, julho-dezembro 2013.

GRUDZINSKI, Silvia Cristina. **Crítérios Jornalísticos de Noticiabilidade Presentes na Rotina Produtiva Charge**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível: <http://bocc.ubi.pt/pag/bocc-kika-criterios.pdf>.

HANDEM, Priscila de Castro; et. al. Metodologia: Interpretando autores. In: FIGUEIREDO, Nélia M. A. de (org.). **Método e metodologia na pesquisa científica**. São Caetano do Sul/SP: Difusora, 2004.

HAUSSEN, Doris Fagundes, DURVAL, Adriana Ruschel. Redes Radiofônicas e produção local: um estudo de caso. In.: **Desafios do rádio no século XXI**. Rio de Janeiro: UERJ, 2001, pp.193-209.

HOHFELDT, Antonio. “Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação”. In.: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2007, p. 187-240.

IANNI, Octavio. **Teorias da Globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JORGE, Sonia M. Avallone. Rádios FM: um contraponto entre as redes e as emissoras regionais paulistas. In.: BENETON, Rosana; BARBOSA FILHO, André (Orgs.). **Rádio – sintonia do futuro**. São Paulo: Paulinas, 2004.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

KARAM, Francisco J. Castilhos. **Ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O discurso da convergência inevitável: a construção do jornalista multitarefa nas páginas de O Globo**. Revista de Economía Política de Las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol. XII, n.3, set./dec. 2010. Disponível em: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/26/835>.

\_\_\_\_\_. **Como jornalistas do rádio All News percebem a convergência**. *Anais...* In.: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 10. Curitiba: SBPJor, 2012.

KLÖCKNER, Luciano. **Radiojornalismo de Serviço: o rumo do AM em tempos de internet**. *Anais...* In.: Congresso Brasileiro de Ciência Comunicação, 23. Manaus: Intercom, 2000.

\_\_\_\_\_. **O Repórter Esso e a Globalização: a produção de sentido no primeiro noticiário radiofônico mundial**. *Anais...* In.: Congresso Brasileiro de Ciência Comunicação, 24. Campo Grande: Intercom, 2001.

\_\_\_\_\_. **Nova retórica e rádio informativo: estudo das programações das emissoras TSF – Portugal e CBN – Brasil**. Porto Alegre: Evangraf, 2011.

LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. 3ª edição. Florianópolis: Insular, 2001.

LEBORBURU, José María. **La radio generalista: las técnicas de programación**. In: **Programación Radiofónica: arte y técnica del**

diálogo entre la radio y su audiencia. MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar; MORENO, Elsa Moreno (Orgs.). Barcelona: Ariel, 2004.

LIMA, Flávio Ferreira. **Estudo da Propagação de Sinal em ondas médias**: contribuição para a implantação da radiodifusão digital no Brasil. Tese doutoral submetida ao Departamento de engenharia elétrica da Faculdade de tecnologia da Universidade de Brasília. Brasília: 2008.

LOPEZ, D.C. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Tese doutoral. Universidade Federal da Bahia, 2009.

\_\_\_\_\_. **Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil**: uma revisão histórica. In.: Encontro Nacional de História da Mídia, 7. **Anais...** Fortaleza: Alcar, 2009. Disponível em: [http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-20091/Marcos%20tecnologicos%20do%20radiojornalismo%20no%20B](http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-20091/Marcos%20tecnologicos%20do%20radiojornalismo%20no%20Brasil.pdf)rasil.pdf.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MARTÍNEZ-COSTA, María Del Pilar. **Información radiofónica**. Barcelona: 2009.

\_\_\_\_\_; DÍEZ UNZUETA, José Ramón. **Lenguaje, géneros y programas de radio**: introducción a la narrativa radiofónica. Pamplona: EUNSA, 2005.

MARTINO, Luis Mauro Sá; SILVA, Lúcia Rogatto e. Paradoxos e Fronteiras éticas do jornalismo investigativo na doutrina jornalística brasileira. **Revista Comunicação Midiática**, v.8, n.1, pp. 12-29, jan./abr. 2013.

MCLEISH, R. **Produção de Rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

MEDEIROS, Marcello. Transmissão Sonora Digital: Modelos Radiofônicos e Não Radiofônicos na Comunicação Contemporânea. **Ciberlegenda**, n.21, 2008. Disponível em: <http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/15>.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. 2ª edição revisada. Florianópolis: Insular, 2007.

\_\_\_\_\_. A informação sonora na *webemergência*: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In.: **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs.). São Paulo: Senac, 2010, p. 91-112.

MENEGUEL, Yvonete P.; OLIVEIRA, Oseias de. **O rádio no Brasil**: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava. s/d. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>. Acesso em: 07 ago de 2013.

MORAES, Dênis. A **hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global**. Biblioteca On-line de Ciência da Comunicação, 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html>.

MORAIS, Vângela Maria Isidoro de. A mídia impressa local: uma agenda de constrangimentos e motivações. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 85-103, 1o. sem. 2005.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio em transição**: tecnologias e leis nos Estados Unidos e no Brasil. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2002.

MORENO, Elsa Moreno; GARCÍA, Aurora. La identidad de la emisora em el mercado: la programación como imagen de marca. In.: **Programación Radiofónica**: arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia. MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar; MORENO, Elsa Moreno (Orgs.). Barcelona: Ariel, 2004.

MURAD, Angèle. **Osvalores-notícia na imprensa oligopolizada e multimídia**: olhares a partir do newsmaking. In.: Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 25. **Anais...** Salvador: Intercom, 2002.

NIETO, María Pilar Diezhandino. El “periodismo de servicio”, la utilidad en el discurso periodístico. **Análisi: Quaderns de comunicació i cultura**. p.117 – 125, 1993.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense. 1988.

\_\_\_\_\_. Um outro território. In: **Globalização e regionalização das comunicações**. BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). São Paulo: Educ, 1999.

ORTRIWANO, Gisela S. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus, 1985.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PETTENUCCI, Tiago da Costa. **Processos de produção jornalística**: cobertura do caso Isabella Nardoni. Dissertação apresentada à Universidade de Marília (Unimar), Programa de Pós-Graduação em

Comunicação, para obtenção do Título de Mestre em Comunicação. Marília: 2009.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia:** métodos de investigação na imprensa. Petrópolis: Vozes, 2006.

PEREIRA, Fábio Henrique. O jornalista sentado e a produção da notícia on-line no Correio Web. **Em Questão**. Porto Alegre, v. 10, n.1, p.95-108, jan-jul 2004.

PEROSA, Lilian M. Farias de Lima. **A hora do clique:** análise do programa de rádio Voz do Brasil da Velha à Nova República. São Paulo: Annablume, 1995.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos, conceitos e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Unesp, a.26, n. 43, p. 67-84, 1º sem. 2005. Disponível em:

[http://200.144.189.42/ojs/index.php/cs\\_unesp/article/viewFile/196/154](http://200.144.189.42/ojs/index.php/cs_unesp/article/viewFile/196/154).

\_\_\_\_\_. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona**, v.4, 2006. p. 141-169.

\_\_\_\_\_; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. São Paulo: **Líbero**, v. 12, n. 24, dez. de 2009, p. 139-152.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PRIETO, I. **Programación Radiofónica y Espacios Informativos**. Venezuela: Ediluz, 2001.

RADDATZ, Vera Lucia Spacil. **Rádio de fronteira**: da cultura local ao espaço global. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Informação. Porto Alegre: 2009.

REIS, Clóvis. **A evolução histórica da publicidade radiofônica no Brasil (1922-1990)**. In.: Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2. **Anais...** Florianópolis: 2004.

RIBEIRO, Juliana Colussi. **Jornalismo regional e construção da cidadania**: o caso da *Folha* da região de Araçatuba. Dissertação apresentada como exigência para a obtenção do Título de Mestre em Comunicação, junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - Universidade Estadual Paulista, Campus de Bauru - São Paulo. Bauru/São Paulo, 2005

ROBERTSON, Roland. **Globalization**: Social Theory and Global Culture. Londres: Sage, 1992.

ROMAIS, Célio. **O que é rádio em ondas curtas**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

\_\_\_\_\_. **O Fim do AM** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por barbara.avrella@gmail.com em 11 set. 2013.

Rodríguez, Laura Teruel. La ciudad e la información radiofónica local. Universidad de Sevilla, **Ámbitos**, Sevilla, n. 17, 2008. p. 189-206. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16812702012>.

SAES NETO, Saulo de Assis. **Radiojornalismo e emissoras AM:** linguagem, público-alvo e digitalização. In.: *Ciência da Comunicação na Região Sudeste*, 17. **Anais...** Bauru: Intercom, 2013.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado:** convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol90 Media, 2008.

SANCHES, Inaiê. O rádio e o seu público. **Comunicação e Educação**, São Paulo, vol. 1., p.75-83, set. 1994.

SANTANA, Adriana Maria de. **CTRL + C CTRL+V: O Release nos Jornais Pernambucanos.** Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação. Recife: 2008.

\_\_\_\_\_. Jornalismo sem conflito: a ‘cordialidade’ e a acomodação na atividade jornalística. **Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias**, vol. 1, n. 2, 2008.

SANT’ANNA, Francisco. **Radiojornalismo no Brasil:** um jornalismo sem jornalistas. São Paulo: *Líbero*, ano XI, nº 22, dez 2008, p. 75-92.

SANTI, Heloise et. al. **Rádio Sociedade Seberi:** o enfoque local na construção da notícia. In.: *Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação*, 3. **Anais...** Santa Maria: Sipecom, 2007.

SANTOS, Cíntia Amária. O processo de alimentação da imprensa interiorana em contraposição ao processo de alimentação da grande imprensa nacional. Dossiê Jornalismo do interior, **Revista PJ: BR**, ed. 5, 1º semestre 2005.



SANTOS, Darlan Roberto dos; CASTRO, Juliana Monteiro de. **Jornalismo do Interior**: Características, estigmas e seu papel na sociedade. In.: Encontro Nacional de História da Mídia, 9. **Anais...** Ouro Preto: Alcar, 2013.

SANTOS, Maria Cláudia. **A importância do noticiário local de rádio em tempos de globalização**: uma análise da opinião dos ouvintes da Rádio Itatiaia. Dissertação apresentado ao Curso do Mestrado Profissional em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local do Centro Universitário UNA. Belo Horizonte, 2010.

SANTUARIO, Marcos Emilio. **Estratégias regionais de comunicação no contexto global - o grupo editorial sinos**. Tese apresentada como requisito para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: 2009.

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sonia Virginia. **Rádio Nacional: o Brasil em sintonia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de Notícias** – Ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011.

SEABRA, Roberto. **Produção da Notícia**: a redação e o jornalista. In: DUARTE, Jorge (org.), Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia. Teoria e Prática. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, vol. II, 1º semestre, 2005.

\_\_\_\_\_. O fenômeno noticioso: objeto singular, natureza plural. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, ano VI, n.2, 2º semestre, p. 9-15, 2009.

SILVA, Marcos Bortoni; FIALHO, Waldiane de Ávila. **Redes Nacionais de Rádio** – Segmento Jovem: Análise das vantagens e desvantagens para emissoras e locutores na praça de Belo Horizonte. In.: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32. **Anais...** Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0513-1.pdf>.

SOARES, Héber Augusto de Vasconcellos Dias; SILVA, Liliana Rodrigues da. **Fundamentos de Produção Radiofônica**. In.: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35. **Anais...** Fortaleza: Intercom, 2012.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma “teoria” da notícia: proposta de um modelo**. 2000. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br>.

\_\_\_\_\_. **A utilização de fontes anônimas no noticiário político dos diários portugueses de referência**: Um estudo exploratório. Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 2002. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/>.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**: Do Galena ao Digital, desvendando a Radiodifusão no Brasil e no Mundo. 2ª edição. São Paulo: Harbra, 1999.

THOMÉ, Luís Touguinhaet al. **Na onda do progresso**: o papel do rádio no desenvolvimento do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Alternativa Consultoria, 2001.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

TOLEDO, Clomar. **A história inicial da rádio luz e alegria em Frederico Westphalen**. Artigo científico apresentado ao Curso de

Comunicação Social – Jornalismo como requisito para aprovação na Disciplina de TCC I. Frederico Westphalen: 2011.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In.: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: Questões, teorias, histórias.** Lisboa: Vega, p. 167-176, 1993.

\_\_\_\_\_. **Teorias da Comunicação:** Porque as notícias são como são. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2ª edição, 2006.

\_\_\_\_\_. Etnografia da produção jornalística – Estudos de caso da imprensa brasileira. **Brazilian Journalism Research**, vol. 6, n.2, 2010, p. 83-102.

TRIGO-DE-SOUZA, Lígia Maria. Rádios.Internet.br: o rádio que caiu na rede... **Revista USP:** São Paulo, n.56, p. 92-99, dez/fev. 2002-2003.

TRIVINHO, Eugênio. Comunicação, glocal e cibercultura. Bunkerização da existência no imaginário mediático contemporâneo. **Fronteiras – estudos midiáticos**, Novo Hamburgo, VII, p. 61-76, janeiro/abril 2005.

VAMPRÉ, Octavio Augusto. **Raízes e evolução do rádio e da televisão.** Porto Alegre: FEPLAM-RBS, 1979.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar** – a história da notícia de rádio no Brasil. Florianópolis: Insular, 2012.

WOLF, Mauro. **Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación.** Revista de estudios de comunicación, n.3, 2007.

Disponível em: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer03-01-wolf.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2014.

\_\_\_\_\_. **Teorias da Comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes. 3ª edição, 2008.

## APÊNDICES

### Apêndice A - Entrevista I

Nome: Delonice da Rosa Barbosa

Função: produtora

Emissora: Rádio Sociedade Seberi

Data: 22 fevereiro de 2013

#### **Qual o horário da programação jornalística na emissora?**

Tem o Giro de Notícias às 8h30, 10h30, 14h30 e 16h30, são quatro edições. Tem também o Diário 880, que vai das 8h às 9h; o Jornal do Meio-dia, das 12h às 12h50; e o Pauta de Notícias, das 17h às 17h30. Se acontecer algo extraordinário nós entramos ao vivo na programação.

#### **E a programação noturna...**

À noite a programação local vai até as 23h. Depois é a Gaúcha até as 5h30.

#### **A programação jornalística de vocês tem como foco quais notícias?**

Nós focamos nas notícias locais. Mas também divulgamos estaduais, nacionais e internacionais, um pouco de tudo, mas o foco mesmo é local. Quando não tem nada de informação internacional interessante eu não coloco nada. Eu coloco em torno de cinco matérias internacionais, cinco nacionais, cinco estaduais e o restante são todas locais e regionais. Fecha em torno de 20 notícias no jornal do Meio-Dia e no Pauta de Notícias. Fora isto tem também os áudios que nós gravamos com pessoas daqui da região.

#### **Como vocês selecionam as notícias?**

Primeiro a gente escolhe as notícias aqui da cidade. O que acontece no município vira notícia. Se tiver um evento numa comunidade, o pessoal vem aqui, faz uma divulgação e a gente aproveita e já faz uma matéria sobre esse evento, faz uma entrevista com o pessoal. Tudo aquilo que acontece aqui em Seberi e região gente acabada destacando, principalmente no Jornal do Meio Dia, mas tem o Pauta de Notícias, o Giro da Notícia, tudo isso.

**Você acredita que os programas de jornalismo da emissora são suficientes?**

Eu acho que nós temos bastante jornalismo. Tem das 8h às 9h o Diário 880, que é só jornalismo; tem o Giro da Notícia, que são quatro edições ao dia, que dá em torno de cinco minutos; tem o Jornal do Meio-Dia, que é o nosso carro-chefe, e tem o Pauta de Notícias das 17h às 17h30. Se acontecer alguma coisa, um acidente ou uma coisa de urgência, a gente já entra ao vivo no momento que está acontecendo o fato.

**Qual a importância da internet na produção dos programas?**

Muito importante. Eu acho que é uns 80 por cento. Porque na região, o pessoal não vem aqui me trazer a matéria, eles enviam por e-mail. Eles enviam o que está acontecendo na cidade deles por e-mail. A gente divulga, eles enviam fotos, a gente põe no site. Até mesmo as municipais eles enviam por e-mail. Prefeitura, Câmara de Vereadores é tudo por e-mail.

**Quais são as principais fontes de informações utilizadas por vocês?**

Em Seberi: Prefeitura, Câmara de Vereadores. Tem outras entidades como Sindicatos, “Emater”, Inspetoria Veterinária.

**Você acha suficiente apenas dois (Delonice e Lucenir Farias) na produção jornalística?**

Quando eu comecei estava só eu, bem apertado. Bem corrido, na verdade. Depois de um tempo, o *Farias* começou a me ajudar, daí já deu uma aliviada, a gente já consegue se programar melhor *pra* tal dia fazer uma entrevista. A gente consegue combinar melhor isso. Mas assim, não somos só eu e ele. Se tiver algum evento em Frederico, Palmeira, em algum lugar, o Jeferson acaba indo. Se o Jeferson não ajudasse ia ficar difícil. O programa da Câmara de Vereadores quando é transmitido o Jeferson vai. Então, isso ajuda bastante.

**De quanto em quanto tempo são feitas reuniões pra discutir a programação?**

De quanto em quanto tempo eu não sei te dizer, mas são feitas reuniões periódicas.

**Você acredita que teria alguma coisa para mudar no “fazer jornalístico” da emissora?**

Com certeza, todo dia a gente tem que mudar, tem que inovar, porque se cair na mesmice... Tu tens que inovar, tem que procurar um jeito

diferente de apresentar uma matéria, um jeito diferente de colocar uma nota no ar, colocar mais áudio no ar. Todo dia tu tens que estar inovando.

**Vocês têm muitas sugestões de ouvintes?**

O pessoal às vezes liga dizendo: *“ta acontecendo um evento em tal lugar vem fazer uma matéria”*. Vai alguém da equipe lá, faz uma transmissão ao vivo, faz uma participação no programa que está no ar.

Fora as informações que a gente divulga no ar têm também o site que a gente atualiza todos os dias com informações da cidade, dos municípios ao redor, nacionais, estaduais e se tiver alguma coisa muito importante internacional a gente divulga também.

É mais um meio de comunicação para informar. Os outros meios de comunicação da região entram no nosso site para saber notícias aqui de Seberi.

## Apêndice B - Entrevista II

Nome: Jerferson Carvalho

Função: gerente-geral

Emissora: Rádio Sociedade Seberi AM

Data: 22 de fevereiro de 2013

### **Quanto tempo você está na Rádio? Conte um pouco da história da emissora...**

Aqui em Seberi há três anos.

Como ela é uma das rádios mais antigas, ela também tem cunho político, ela surge num momento que a força política prevalecia. A rádio Seberi já começou grande, porque ela ganhou o dial, que no AM é um grande diferencial. No AM, quanto mais baixo o dial, maior o alcance. A Gaúcha é 600 KHz, Guaíba 720 KHz e nós temos o dial 880 KHz. Então, ele é realmente um dial muito especial. Ela começa com um 1 KW no início da sua história e depois chega aos 8 KW que são hoje, que foram outorgados para funcionalidade. Quando eu cheguei aqui eu disse: “*isso aqui é um canhão de rádio*”, porque tem uma força de transmissão. E ela acabou pegando esse slogan: “Canhão do rádio regional”, isso *pegou* no ano de 2010, e desde então vem se abordando esse slogan.

A minha função aqui é de gestão [...]

### **Vocês fazem parte da Rede Gaúcha Sat...**

Sim, fizemos parte da Rede Gaúcha Sat. A rádio, inclusive, é anterior a isso. É uma das primeiras afiliadas da Gaúcha Sat, ela já tem uma história de afiliação. A gente deu sequência nessa afiliação até porque a rede é um meio muito forte de informação disponível *pra* região toda. Falando de região, estado, país, mundo, enfim, uma ferramenta muito importante.

### **Número de municípios que a emissora abrange...**

Ela trabalha num raio direto de mais de 20 municípios. Mas, a gente tem trabalhado no mapa da antena com em torno de 300 mil ouvintes num raio de atuação, claro, não com audiência exclusiva. Nós estamos numa região com municípios com várias emissoras de rádio. Mas a audiência a



gente trabalha ela de uma forma bastante interessante, você foca o pé da torre e você alcança muita gente e, hoje, com o advento da internet a gente trabalha com uma base de funcionalidade de ação mais direta, em torno de 20 municípios da região.

### **Qual a importância da internet?**

Fundamental. Ela é hoje tão importante quanto à antena. A internet hoje não só se tornou uma ferramenta de pesquisa muito importante para o rádio, porque a instantaneidade da informação que passa pelo rádio é diferente de todo e qualquer outro veículo de comunicação. Ela traz uma certeza que esse é o grande veículo de comunicação de massa em tempo real, essa é a realidade. O jornal, que é um veículo muito importante, ele precisa de uma estrutura, montagem de matéria, edição, impressão, entrega *pra* chegar até o público final. A televisão também, pelo alto custo que ela tem, exige um trabalho de gravação, de edição, de estruturação, leva *pra* uma central única e a partir daí são veiculadas as imagens. No rádio não, nós aqui onde estamos podemos fazer uma notícia acontecer em tempo real, basta que *pra* isso você tenha um telefone, faça uma ligação e coloque no ar. Com o advento da internet além de ativar muito mais o jornalismo, porque você tem condições de ter informações em tempo real praticamente em todo o mundo, você tem condições de fazer com que essa informação chegue à massa, porque nem todo mundo tem internet, mas todo mundo tem rádio. [...] Essa associação da internet com o rádio, de uma forma geral, ela veio *pra* ser hoje não um concorrente como muita gente temia [...], a internet potencializou o rádio.

### **Vocês têm alguma unidade móvel ou outro tipo de equipamento que faça transmissões externas?**

Temos dois veículos que estão focados nesse sentido. Nós trabalhamos ainda com o sistema de VHF, de rádio amador. Nós temos dois veículos que em tempo real podem trazer a informação da rua. Além disso, como eu disse, o próprio celular e a internet que tu tem hoje, pode oportunizar você a transmitir em praticamente tempo real, porque tem o delay de 30, 40 segundos. Mas, as nossas unidades móveis falam em tempo real. Nós temos ainda mais duas unidades volantes que são através de PPTs que fazem as transmissões em qualquer tempo. Além do celular que é uma ferramenta que está disponível.

### **Quantos profissionais trabalham aqui?**

Essa é uma das grandes lutas que nós temos aqui, porque fazer rádio requer uma estrutura um pouco maior, porque você tem que ter o locutor, tem que ter o técnico, tem que ter o discotecário. Nós aqui temos uma equipe bastante enxuta, muito competente, muito ativa e que nos permite hoje com oito funcionários, mais a figura do gerente, nós conseguimos fazer esse projeto *bombar*.

### **Como é escolhida a programação da rádio?**

Na verdade, rádio no estado há uma definição entre aspas em que AM tem que ser informação e FM tem que ser música. Mas a gente não concorda com isso, eu particularmente não concordo com isso. Acho que rádio tem que ser tudo junto, ao mesmo tempo. Porque você não pode privar o ouvinte que mora no interior, tanto da informação quanto da música, do entretenimento de uma forma geral. Então, a nossa programação ela tenta dosar as coisas. Nós temos reuniões sistemáticas em que avaliamos cada momento, cada bloco, cada espaço construído. E aí, a gente faz uma leitura *pra* ver se está dando resultado através da própria definição, participação das pessoas. A gente não faz pesquisa de mercado ou instituto de pesquisa, nós conversamos muito com as pessoas que nos ouvem *pra* gente saber se está fazendo certo.

### **Qual a periodicidade destas reuniões?**

A gente já tentou regradar isso com questão de datas, horários, início e tudo, mas o rádio é muito dinâmico, e nós da rádio Seberi, a gente tentou fazer umas coisas diferentes aqui na rádio, e nós temos uma equipe bastante reduzida, porque o custo do rádio também é muito alto, então, a gente tem que tentar da melhor forma possível não perder conteúdo, mas também não esbanjar em termos de custo financeiro. Nós temos uma equipe bastante reduzida, *pra* gente fazer uma reunião, a gente faz no horário da “Voz do Brasil”, por exemplo, porque é o único horário que a gente não tem ninguém envolvido com o microfone ou com a técnica de som. Então, a gente tentou fazer com horário definido, e aí fica uma coisa muito pesada, e a gente optou por não passando de um mês, mas dentro desse mês, tentar fazer ao menos cada 15 dias uma reunião de avaliação, uma reunião maior. Mas eu setorizo as reuniões, converso com cada pessoa diuturnamente, eu tento todo dia ouvir um fato novo, marcar uma reunião com o setor, com o jornalismo, a parte de comunicação, a parte de vendas, a parte de estrutura... Hoje, nós temos quatro espinhas dorsais mais fortes, fora as coordenações dos trabalhos, que é parte de produção comercial, que é muito importante, a parte de jornalismo, a parte de locução e a parte de vendas. São os quatro que a

gente tenta sistematicamente *pra* não reunir todo mundo, que daqui a pouco perde tempo. É melhor setorizar e definir essas reuniões mais pontuais, essas acontecem com frequência, às vezes de duas a três vezes na semana.

### **Você acredita que a programação jornalística da emissora é suficiente?**

Tenho que te confessar que não, porque o rádio, ele exige uma agilidade muito maior da informação, eu precisaria de mais dois profissionais. Mas também, nós temos o advento da informação centralizada com a Rede Gaúcha Sat, que hoje criou uma estrutura muito grande, nós somos afiliados da Rede Gaúcha Sat. Então, a gente tem um apanhado geral, principalmente ao que diz respeito a estado, país e exterior com a Rede Gaúcha Sat. Nós veiculamos, nessa busca, os Correspondentes da Gaúcha; a Notícia na Hora Certa da Gaúcha, todas as edições; e aí, nós conseguimos com essa situação reduzir um pouco a necessidade de mais profissionais *pra* área jornalística. E nós, estamos agora nos estruturando, aumentamos para mais um profissional na área do jornalismo, *pra* nós tentarmos focar região e o município de uma forma geral, mas confesso que está sendo bem desafiador. Essa é uma situação realmente bastante complicada, porque muita coisa acontece ao mesmo tempo, e aí, a gente não *ta* conseguindo dar o giro que a gente está precisando, mas nós vamos chegar lá.

### **Qual a importância de fazer parte da Rede Gaúcha Sat?**

Essa importância, ela é hoje muito maior *pra* Gaúcha do que *pra* nós. A Gaúcha *ta* usando o nosso dial *pra* expandir o áudio dela *pra* todos os cantos do estado de uma forma geral, e para alguns cantos do país. Nós não estamos, ainda, tendo a oportunidade de colocar a nossa marca nessa rede, porque a marca do rádio é a voz do locutor. Santa Catarina já está muito mais evoluída nessa área. Santa Catarina através da ACAERT criou uma possibilidade dos locutores de rádio produzirem os áudios e encaminharem esses áudios assinados pelas suas emissoras. Esse é meu sonho de consumo no estado. Porque quando a Rádio Seberi puder através do seu repórter levar informação *pra* Rede Gaúcha Sat, aí sim, aí nós estamos fazendo uma “via de mão dupla”. Muito embora, seja muito importante *pra* nós, porque é uma informação séria, responsável, uma informação assinada por profissionais da área que está a nossa disposição trazendo essa redução de necessidades de um aparato muito maior *pra* fazer com que a informação, principalmente voltada em nível de estado, de país e internacional possa estar sendo veiculada.

Então, eu vejo que é uma ferramenta muito importante, mas que ainda tem que evoluir muito *pra* ser boa *pra* nós usuários.

### **Qual o diferencial em ser uma emissora AM?**

Alcance, a consistência de nível, porque o AM ele tem uma consistência maior de sinal, até porque ele tem dois tipos de propagação, uma pelo ar e outra pela terra através dos radiais. Então, ela dá uma segurança maior, muito embora, nos tempos mais urbanizados nós tenhamos mais dificuldades do que o FM, porque a interferência da rede elétrica no dial do AM é uma realidade. Esse é um dos grandes desafios do rádio AM. Mas, se você pegar uma emissora como a Rádio Seberi com 8 KW, ela sintoniza em Santa Catarina, na divisa com o Paraná, perto do Mato Grosso do Sul, ela vai até Passo Fundo, que são 200 Km de distância com 8 KW. O FM com essa mesma potência não sairia da nossa região, a propagação do FM é menor com relação ao AM. O rádio AM tem a essência do rádio. Então, essa realidade de propagação de áudio do AM e do FM é uma realidade, e o rádio AM está na essência da construção do rádio como um todo. Então, eu me sinto muito a vontade no AM e acho que é um veículo que muito embora tenha sido discutido que deveria ser atualizado para o digital, eu vejo temerário, eu acho que o AM, de uma forma geral, tem que ainda perpetuar por muito tempo e acho que essa é uma briga que está ainda no começo, ela tem muita discussão antes se tornar realidade.

### **Vocês têm hoje a maior potência da região...**

Nós temos hoje dois diferenciais, porque o AM ele tem duas situações que potencializam o seu alcance. A primeira delas é a potência de antena, que é medida através da potência liberada e outorgada pela Anatel. Quando se fala em potência outorgada, a rádio Seberi AM é a maior, a mais potente do norte gaúcho e oeste catarinense, ela tem 8 KW liberados. A maioria das rádios aqui na nossa região tem cinco, seis, 8 KW é só a nossa. O segundo ganho, que é muito importante no AM é o dial, a sintonia. Gaúcha é 600, a Guaíba é 720 e a Rádio Seberi é 880. Esse dial, quanto mais baixo, maior é o alcance, maior é o ganho em termos de propagação de onda.

O profissional do rádio hoje, ele tem que ser um polímídia, ele tem que entender de tudo um pouco e ele tem que acreditar, tem que ter na veia a vontade de trabalhar no rádio porque senão ele não prospera. Se você pensar que você vai vir aqui e vai cumprir horário e vai embora, *ta* errado, isso não vai dar certo, porque rádio não é isso, não adianta. A informação não escolhe horário, ela não delimita tempo no dia. O

profissional que cumpre horário e volta *pra* casa, esse é um bom redator, mas não um bom repórter de rádio. Então, hoje como a busca pelo espaço de profissionais é muito pequena, porque as equipes estão cada vez mais se *apertando*, estão se diminuindo, ela privilegia quem vê o rádio de forma diferente, quem aproveita o rádio *pra* se transformar num profissional multimídia, mas que seja um profissional que queira crescer.

Ele é muito “*competível*”, salário é menor, o salário do rádio em comparação ao salário do jornalista *pra* televisão. Então, dificilmente uma emissora principalmente de rádio pequena, vai contratar um jornalista como jornalista, ela vai contratar um jornalista como radialista, porque o jornalista tem uma série de prerrogativas que o favorecem e rádio não pode ter isso, porque senão ele injeta, ele aumenta demais o custo e inviabiliza. Então, é uma série de situações que tem que ser avaliadas.

### **Você acredita que a internet está contribuindo para a diminuição de profissionais trabalhando no rádio?**

A internet está desafiando todo e qualquer profissional, em todas as áreas. Se você notar e você der conta que existem muitos sites hoje que dão toda informação, minuto a minuto de uma partida de futebol, que dão a informação de todo e qualquer sinistro que esteja acontecendo na tua cidade, com fotos, com matérias. Então, hoje você tendo um tablet, você tendo um site preparado *pra* isso, você pode sentar na frente da Rádio Sociedade Seberi e divulgar o que ta acontecendo dentro da rádio em tempo real. Se você notar que eu *pra* colocar o áudio da Rádio Seberi no ar eu tenho um delay de quase um minuto, então, eu *to* concorrendo com meu áudio praticamente com a mesma velocidade da internet.

Agora... até quando isso personaliza, até quando isso aproxima, é diferente você ler na internet, você tem tempo dirigindo de *ta* na internet? Não! Você tem tempo trabalhando de *ta* especificamente na internet? Não! Você tem tempo quando chega em casa à noite de dar uma descansadinha, deitar e ficar acessando a internet? Não! Mas, o rádio você tem, entendeu? A televisão você *pra* ver imagem sequencial; o jornal, o bom jornal, ele sempre traz um conteúdo diferente, uma informação a mais, um ponto de vista diferente, então, ele nunca vai morrer, mas ele sofre, nós sofremos com o advento da internet, porque hoje tem a radioweb, que daqui a pouco está sendo outorgada. Radioweb, o custo desse serviço por enquanto ele *ta* bem menor que o nosso. Por quê? Tu não tem que pagar uma outorga, tu não

tem que pagar uma série de encargos. Mas amanhã ou depois, eles vão ser também enquadrados na lei da comunicação, e aí a coisa muda. [...] eles não estão regrado, daqui a *pouquinho* tu vai se dar conta que tu gosta de ler jornal, tu não vai mais assinar o jornal, tu vai ter um tablet e vai ler o jornal no tablet. “Ah, o jornal não vai te liberar, eu vou na web e leio o jornal na web, entendeu?!” E aí, aquele profissional que ta na cozinha jornalística, preparando um trabalho legal, com seriedade, como é que vai ficar? E a família dele, que vai ser desempregado, como é que vai ficar? E o patrão que não vai ter condições de manter uma estrutura, que não tem condição de manter uma área de pressão de um jornal, como é que vai ficar? Então, *ta* se vivendo no Brasil uma inversão de valores muito grande e ninguém *ta* fazendo nada contra isso.

## Apêndice C - Entrevista III

Nome: Marco Maciel

Função: Diretor

Emissora: Rádio Luz e Alegria AM

Data: 30 de abril de 2013

### **Como é feita a escolha da programação da emissora AM? Em quanto tempo vocês mudam essa programação?**

A gente tem um planejamento de programação da rádio. As mudanças de programação da rádio são muito pequenas. Ou seja, nós temos um perfil de programação que o objetivo é criar uma identidade da programação para com o ouvinte. Então, as emissoras que mudam muito de programa, de horário, de comunicador não criam essa identidade. Nós temos que seguir hoje a sombra daqueles que fazem jornalismo dentro de uma excelência. Vamos dar um exemplo: quanto a Rede Globo muda os seus programas? Muito pouco, e quando muda é como se fosse um sistema de um caso extraordinário. Uma mudança, inclusive, que é muito bem divulgada. Então, nós seguimos mais ou menos nessa linha. A programação sofre mudanças muito pequenas, e a gente deixa por longos tempos os mesmos programas. São vários tipos de programas, em cima daquilo sim, daí nós temos todo um acompanhamento, qualificação *pra* gente poder ajustar algumas coisas: “*ó, esse programa aqui tá tendo muitas entrevistas que não tão tendo muito interesse popular, temos que mudar o foco, esse programa nós temos que trazer mais reportagem de empresa, esse não, a gente vai ter que dar um foco mais político*”. Então são situações que a gente vai ajustando, mas dentro do mesmo objetivo do programa.

### **Você acredita que essa programação corresponde ao interesse do ouvinte?**

É que na verdade, quando nós alteramos em 2003 a programação da Rádio AM, que houve uma alteração naquela época, que a rádio tinha muita inserção de música. Então, a rádio dava uma informação local ou regional, nacional ou até internacional e fazia uma inserção aleatória com música. É muito comum hoje se ouvir em rádios AM em nível de interior uma alternância de notícia com música. De 2003 *pra* frente nós definimos, então, que a programação do AM seria das sete da manhã até

as duas horas da tarde sem nenhuma música. A gente pode observar que hoje a gente tem todo esse período sem música. A rádio é pura informação. Em cima disso, nós fizemos uma aposta na época e a repercussão foi muito positiva, a rádio cresceu em audiência, cresceu em faturamento, a rádio cresceu na questão da credibilidade. Hoje, as pessoas ouvem muito a rádio *pra* saber aquilo que está acontecendo em nível de cidade e região, mas com diferencial: às vezes eles já ouvirem essa informação em outro veículo de comunicação e ligam a Luz e Alegria *pra* confirmar se aquilo realmente é ou não é. Isso é sinônimo de credibilidade. Então, nós conseguimos conquistar esse público em cima disso.

### **Vocês fazem parte da Rede Gaúcha Sat...**

A Rede Gaúcha Sat é um projeto que nós já nos inserimos há muitos anos. Desde 2003 a Luz e Alegria AM é parceira da Gaúcha com os noticiários de hora em hora, algumas edições do Correspondente Ipiranga, nas jornadas esportivas de Grêmio, Inter e Seleção Brasileira, e também na Luz e Alegria AM todas as noites e as madrugadas nós estamos em cadeia com a Rádio Gaúcha. Então, realmente, é uma grande parceira porque é um produto de jornalismo pronto e nesse sistema de parceira, hoje, seria totalmente inviável uma rádio de interior manter o jornalismo 24 horas por dia, não vale à pena, o custo é grande.

### **Vocês produzem algum conteúdo para a Rede?**

A Rede Gaúcha Sat tem uma total independência, ou seja, eles têm um foco totalmente direcionado dentro dos seus interesses. Mas quando há um acidente, algum acontecimento marcante dentro da nossa região, eles acionam as afiliadas *pra* gente colher com mais velocidade essa informação. Então, é nesses casos que nós mandamos informações, ao contrário, em situações normais, não!

### **Vocês fazem reuniões periódicas?**

Toda segunda-feira às 8 da manhã é tradicional que nós fizemos uma reunião do jornalismo. É uma reunião só da equipe, todo pessoal relacionado ao jornalismo e discutimos o planejamento da semana, avaliando alguns assuntos pontuais que aconteceram na semana anterior. Naquele dia se fala sobre interativa, que nós alimentamos a semana toda na internet com perguntas e questionamentos pertinentes a ouvir a comunidade, nós avaliamos também algumas situações pontuais de eventos e coberturas que vão acontecer na região, aqueles que têm que ter a nossa atenção mais forte e aqueles que daqui a pouco não há



necessidade de tanta força, porque não tem tanta repercussão. Então, a segunda-feira é o dia das reuniões, é o dia das discussões, é o dia que a equipe fala, que a direção fala e que nós ajustamos. Bom, essa é uma reunião oficial da direção para com o jornalismo, mas nós temos durante a semana, na quinta-feira, uma reunião com o jornalismo pré-definindo a interativa da semana seguinte e pré-definindo algumas situações pontuais *pra* próxima semana, que aí é uma reunião só deles, no próprio departamento de jornalismo que não há a presença da direção.

### **A equipe é composta por quantos profissionais?**

Hoje, nós temos o Agostinho Piovesan que é o jornalista que coordena a equipe de jornalismo, o responsável pelo jornalismo da casa. Nós temos, então, o Marcelo de Bona, que está se desligando nos próximos dias da emissora [...] que deverá ser substituído por outro jornalista, que faz a parte de busca de informações externas, ajuda na redação, ele faz também todo um trabalho de jornalismo, com informações voltadas à parte esportiva. Além disso, nós temos o Adelar de Freitas que auxilia também na parte de boletins externos, tanto boletins comerciais quanto boletins jornalísticos, de informação, mas o foco dele é preparar todo processo de redação para o noticiário de hora em hora, também o Jornal do meio-dia, o jornal lido da rádio. Então, essa é a função dele. Nós temos também o Nelson Buzatto, que é responsável pelo “Notícia da Hora”, que é esse noticiário de hora em hora, ele que faz a lapidação final, além da leitura disso, ou seja, é ele o comunicador desses noticiários, tanto AM quanto FM, e também ele é responsável por marcar as entrevistas do programa Rádio Repórter que é um programa que tem duas edições por semana.

A Luz e Alegria AM, o sentido dela é justamente estar inserida mais fortemente no jornalismo e na informação local e regional. Ela tem que ser uma fonte de informação regional e esse é o nosso objetivo como rádio. Então, no momento que as informações estiverem em primeira mão no site e estiverem em primeira mão nos canais 1160 através de toda essa nossa equipe de jornalismo, nosso objetivo está sendo alcançado. Esse é no nosso objetivo, ter qualidade, ter credibilidade, ter velocidade na informação. Então, um jornalismo que está das sete da manhã às 14 horas sem nenhuma interrupção, só com programas voltados ao jornalismo, mas que permanece a partir daquele horário sempre com plantão atento a qualquer assunto de repercussão na região. Por exemplo, deu algum acidente, deu alguma situação eventual no período em que o jornalismo não *ta* de forma intensiva, a equipe *ta* sempre sendo mobilizada *pra* dar total repercussão ao assunto. Então,

quem hoje busca alguma informação em primeira mão de Frederico Westphalen e da nossa região, a [luzealegria.com.br](http://luzealegria.com.br) ou o próprio canal da Luz e Alegria AM é a fonte mais confiável, mais rápida e de maior credibilidade de informação.

### **Qual a importância da internet para vocês?**

A internet, na verdade, nos auxilia em situações maiores, ou seja, da região metropolitana, do estado do Rio Grande do Sul, nacional, informações internacionais. Mas assim, ela funciona mais como tempero da nossa programação, o prato principal é a informação local e regional.

## Apêndice D - Entrevista IV

Nome: Marcelo de Bona

Função: antigo jornalista

Emissora: Luz e Alegria

Data: 30 de abril de 2013

### **Como é a programação jornalística da Luz e Alegria?**

A Rádio Luz e Alegria tem uma característica de fazer jornalismo quase que em tempo integral na sua programação local. Prova disso, é que o Complexo Luz e Alegria de rádio tem duas emissoras que tem uma programação completamente diferente. FM musical e AM jornalística. Inicia às 7 horas da manhã, no momento, ela para as 14 horas e segue com o plantão de tarde. Depois uns programas de noite e depois já em cadeia com a Gaúcha. Ela tem uma programação voltada à região, com programas de reportagens, de debates e principalmente de entrevistas, sempre enaltecendo o que é da região. Veja que nós temos de manhã um programa noticiário, de notícias lidas; depois um programa de entrevistas; depois um de reportagem; e depois mais um de entrevistas. Então, é bem diversificado e depois o da 1 hora da tarde de debate também.

### **Como vocês fazem a seleção das notícias?**

Por e-mail a gente recebe muito. A gente tem um e-mail que está à disposição no site da Luz e Alegria, é pelo e-mail que se recebe muita sugestão, releases, muita sugestão de pauta. Há também um acompanhamento de fatos e a partir disso se recebe muita informação, como acompanhamento de eventos que acontecem, acho que uma coisa puxa a outra. Claro que a gente também se baseia em outros canais de comunicação, ouve outras rádios, acompanha outros sites, faz parte do jornalismo a gente *ta* interado de tudo que acontece especialmente aqui na região. Se for algum fato de relevância nacional, a gente procura trazer *pra* nossa realidade, um exemplo: o Papa pede *pra* sair, qual o reflexo que isso traz *pra* Diocese? Acontece uma tragédia em Santa Maria, tem alguém da região, algum universitário lá? Sempre trazendo pro nosso âmbito. Seleção de entrevistas pelo que é factual, amanhã, por exemplo, é uma quarta-feira, dia 1º maio feriado, mas é uma quarta-feira pós terça-feira, que tem sessão da Câmara de Vereadores de Frederico,

então, vai vir dois vereadores falar dos projetos que são importantes que vão *pra* pauta hoje de noite, por exemplo. O que se preza em primeiro lugar é o factual, depois alguma entrevista ou alguma reportagem que dê *pra* trabalhar.

### **Qual a importância da internet para produção jornalística?**

Na internet a gente busca muito áudio, muitos boletins, especialmente ligados ao governo do estado. O site do governo do estado nos gera muita pauta, sempre que tem algum investimento, algum anúncio importante que diz respeito aqui *pra* região ou o próprio estado que é do interesse de todos. Hoje é impossível fazer jornalismo sem internet. Antigamente se fazia sem a modernidade dos aparelhos de hoje, sem a internet. Mas hoje, com a exigência do público-alvo, é impossível fazer jornalismo sem internet. Porque ele tem a exigência de querer a notícia na hora, mais rápida possível e com o diferencial dele não querer só ler ou ouvir a notícia como ela é. Para que a gente possa ampliar uma notícia e dar ela em primeira mão, a internet nos ajuda muito. O site da Luz e Alegria faz as pessoas ouvirem a rádio e a rádio faz as pessoas acessarem o site.

### **Qual a importância de se estar inserida em uma rede?**

Em primeiro lugar nos dá bastante credibilidade. Estar integrado a Rede Gaúcha nos possibilita através da nossa emissora estar reproduzindo os principais jogos da dupla Grernal e Seleção Brasileira, mas principalmente quando há um fato relevante em um lugar onde a rádio Luz e Alegria não pode chegar, faz com que a gente consiga reproduzir aquilo tal qual à hora em que acontece. Eu acho que facilita muita coisa, mas o principal é a credibilidade que a rádio ganha por integrar a Rede Gaúcha Sat e poder ter essa facilidade, essa condição de eventualmente estar em cadeia com ela, abrir mão da transmissão local *pra* entrar em cadeia faz parte do processo, e tal ganho é muito grande *pra* nós.

### **Vocês têm reuniões da equipe periódicas?**

Reunião semanal com todos os colaboradores da rádio, todas as segundas-feiras. E como o departamento de jornalismo está concentrado em uma sala, numa ilha de edição e de produção de notícias, a reunião ela não acontece necessariamente “*bom, agora vamos fazer uma reunião*”. Como o contato é muito próximo entre as pessoas que estão trabalhando aí, há uma conversa permanente na definição de pauta, na sugestão de assuntos, há uma sintonia muito grande. Muitas vezes, não há necessidade de se ter protocolo de reunião, uma coisa fiel, porque a sintonia ela funciona bem e porque há uma proximidade. No caso da

rádio, como são muitos setores, há uma reunião semanal, mas *pra* tratar também no jornalismo a gente faz um encontro pelo menos a cada 15 dias do departamento com a direção da rádio.

**Você acha que tem alguma coisa a ser mudada na questão jornalística?**

Acho! O ouvinte *ta* cada vez mais exigente, ele quer coisa nova, a rádio precisa *ta* oferecendo coisas novas *pra* ele. Se a emissora de televisão muda o cenário, muda o estúdio a cada dois meses, acho que a rádio precisa mexer na programação. Mexer na programação não significa mudar a programação, significa criar um quadro novo no programa, significa criar uma intervenção nova no programa, significa fazer uma parceria com uma pessoa que tenha condição de fazer um comentário sobre algum assunto (economia, rural, agronegócio, esporte, qualquer coisa que seja). É um pequeno detalhe, mas já é um ganho a mais na programação. Qual a mudança que eu acho que deveria ser feita? Tornar a programação ainda mais dinâmica! Como que se faz isso? Criando coisas novas, eu vejo que uma vez por mês é preciso criar alguma coisa, nem tudo vai dar certo, mexe no que não deu certo. Tornar a programação mais dinâmica é isso que eu acho que se deveria fazer. Como se torna uma programação mais dinâmica? Criando coisas novas, quadros novos, vinhetas novas, novas participações, mais vozes na programação.

Eu acho que a programação da Luz e Alegria, acrescentando então, ela continua tendo um papel de referência na região, outras emissoras se espelham muito na programação da Luz e Alegria. O que é falado aqui dá muita repercussão. Acho que a rádio se consolidou há muito tempo pelo jornalismo que faz, e por ter essa característica de durante toda a manhã, onde é o ponto forte da programação e é o principal produto a ser comercializado. De uns dois, três anos *pra* cá, acho que a rádio ganhou muita força também na parte esportiva. Ela retomou as coberturas esportivas com a chegada do União Frederiquense e consegue hoje fazer coberturas com uma equipe de dez profissionais, com um padrão de rádio de Porto Alegre, consegue fazer isso porque ela tem material humano *pra* isso, material humano bom *pra* isso e principalmente ela tem estrutura *pra* fazer isso. A rádio investe muito nos equipamentos e dá uma condição de transmissão de primeiro mundo, de alto nível. Hoje, numa rádio com 10 KW de potência, com equipamentos de transmissão que foram adquiridos, com novos microfones que é *pra* poder fazer um trabalho aqui de transmissão

externa de qualidade. Além de ter se consolidado no jornalismo, a rádio também está se consolidando no esporte.

## **Apêndice E – Entrevista V**

Nome: Lucas Faustino

Função: jornalista (repórter)

Emissora: Luz e Alegria

Data: 26 de novembro de 2013

### **Como é a produção de radiojornalismo?**

No radiojornalismo mesmo é muito mais ao vivo do que produção, *né*. O ao vivo, às vezes, te tira o tempo que tu terias *pra* fazer a produção. Por exemplo, no jornal impresso você tem um tempo maior *pra* primeiro coletar as informações, depois fazer entrevista ou mesmo cobertura de um evento, depois decupar essas informações e redigir o texto. Aqui o tempo ele é menor, mas eu costumo ter essa prática de sempre ir *pra* um evento com alguma informação sobre, *pra* não ir de *mãos vazias*. Chegar lá já sabendo o que ta acontecendo, quais as principais fontes *pra* fazer essa cobertura ao vivo através de reportagem, e depois, quando volta *pra* cá, a gente procura pegar algumas informações de eventos mais importantes e colocar também no nosso site.

### **No dia a dia, quem são as principais fontes de informações de vocês?**

As principais fontes, como qualquer veículo de comunicação são as fontes públicas: prefeituras, entidades, clubes, as pessoas que representam essas entidades são as principais. Não tem muito do jornalismo investigativo, até porque aqui é uma cidade pequena, então pouca coisa acontece nesse sentido. Claro que algumas pessoas com mais respaldo, um tempo maior de profissão, conseguem com maior facilidade essas fontes, não só no esporte no caso, mas também dentro de uma prefeitura. Por exemplo, vai ter uma mudança de secretário, uma pessoa que já tem uma carreira maior que é o nosso colega, o Agostinho, ele consegue ter acesso a essa informação mais rápido do que alguém que *ta* começando. É um processo de construção de fontes que o próprio trabalho, a própria credibilidade que a pessoa constrói vai trazer isso futuramente.

### **Através de que instrumentos vocês recebem essas informações?**

Principalmente através de contatos por telefone. Quando é algum evento a própria assessoria ou a pessoa responsável por divulgar esse evento

nos procura através do telefone ou através do nosso e-mail. Por levantamento de pautas de eventos.

**Você acredita que a demanda de informações locais e regionais está sendo suficiente?**

Tem dias que o espaço que nós temos no AM até em função da grade comercial ele se torna pequeno. A gente teria um monte de coisas *pra* colocar e não se consegue em função do pouco espaço que se tem. Não só pela grade comercial, que ela é intensa, principalmente no final de ano que é mais extensa, mas também pelo volume de informações que às vezes é maior. Então, tem dias que tem mais eventos, mais entrevistas coletivas por parte da administração municipal ou entidades, boletins que são necessários, de rotina, comerciais. Então, o tempo e espaço eles se tornam pequenos. Mas, na maioria das vezes a gente consegue ter um padrão, até porque a abrangência da rádio Luz e Alegria possibilita isso, que você tenha sempre uma quantidade boa de informações. E rádio, no início da semana, por exemplo, segunda-feira é um dia mais complicado, terça-feira já tem um volume maior de informações. E o auge, digamos assim, de informações é sempre quinta e sexta, quando sempre falta espaço *pra* se colocar as informações. Mas nunca vai ficar uma situação de colocar qualquer coisa porque não tem o que colocar.

**Essas informações, elas são produção própria, ou mesmo de assessoria, por exemplo?**

Na verdade, a nossa região carece ainda de uma empresa que faça uma assessoria comparável de grandes centros ou nem tão grande assim, como Santa Maria, Caxias do Sul, essas cidades têm empresas que possibilitam isso. Inclusive é um campo que deveria ser mais bem explorado aqui na região. Não só *pra* enviar releases, mas *pra* propor pautas, entrevistas interessantes pro rádio principalmente, que é um dos meios de comunicação mais acessados da região, e também pros veículos impressos. No caso, nós recebemos pouco material em função das assessorias de imprensa, porque não existe quase esse serviço. Então, é mais produção própria, através de entrevistas que nós levantamos as pautas, através de um cronograma de eventos que tem pro mês. Mas produção mesmo, acho que a rádio poderia ter uma produção maior. Exemplo, nosso jornal das Doze poderia ser modificado *pra* transformá-lo na forma de um jornal manchetado, com mais áudios e áudios mais curtos, só que isso demandaria de mais gente *pra* produzir, de um tempo específico e profissionais direcionados *pra* fazer esse tipo de produção. Claro, que aqui na região você vai fazer uma entrevista



com um secretário, dessa entrevista de 5, 8, 10 minutos se você usar só 30 segundos de áudio numa matéria de 4 minutos ou 3 minutos que seria o interessante para o rádio pelo dinamismo vai ter algum problema *“como é que você só usou 30 segundos da entrevista que nós fizemos”*. Entrevistas mais curtas, mais objetivas, uma produção maior em termos de radiojornalismo *pra* ter matérias produzidas e de preferência com um texto machetado, com dois apresentadores *pra* tornar mais dinâmico, mais interessante *pra* quem *ta* em casa ouvindo e conseguindo trazer um volume grande de informações também. Mas sem focar em assuntos específicos *né*, com a produção maior, que como a gente falou, demandaria de mais tempo e de mais profissionais.

**As notícias de outros lugares, estados e até da capital vocês conseguem como?**

Essas notícias a gente consegue através dos sites desses grandes veículos de imprensa e às vezes alguma pauta que pode ser trazida pro âmbito regional também é feito uso. Um assunto que é nacional, que tem essa repercussão em nível de estado e que também pode ser abordado numa linguagem diferente, numa linguagem mais próxima, mais local. Então, alguns determinados assuntos saem do jornal viram pauta *pra* entrevistas no rádio, exemplo, a questão do FGTS que abrange todo país, grande número de trabalhadores e também pode ser trabalhada localmente.

## **Apêndice F - Entrevista VI**

Nome: Adelar de Freitas

Função: repórter, produtor e apresentador

Emissora: Luz e Alegria

Data: 28 de novembro de 2013

### **Como é a produção que vocês fazem no jornalismo?**

Atualmente com o incremento da internet, colabora com que tenhamos mais contatos, não só em nível regional como estadual e nacional. No meu caso, eu tenho alguns pontos estratégicos *pra* tentar obter informação em nível regional. Porque eu digo em nível regional? Como a internet hoje te traz informação tanto estadual como nacional, a gente como emissora regional tem que se ater mais por informações locais, por isso, eu trabalho com bastantes fontes locais, tanto da região do Médio Alto Uruguai e da região Celeiro, essas duas regiões que são de interesse das duas rádios, tanto Luz e Alegria AM como também a 95.9 FM. Então, eu trabalho com sites que tenham relação com a região, que produzam informações em parceria com as pessoas daqui, que de certa forma divulgam e façam cobertura de seus municípios.

Cada município, hoje, tem um site de informação. Então, a gente tenta acompanhar esses sites *pra* obter informações. Com municípios tão pequenos tudo se concentra nas prefeituras, nas administrações, prefeitos, e aí há muitas informações. Então, procuro primeiro acompanhar os sites de informações dos municípios, também seguir o trabalho nas administrações e eventualmente algumas informações que acabam sendo produzidas através de entrevistas realizadas na Rádio Luz e Alegria.

- *Perguntas complementares enviadas por e-mail em 12 de maio de 2014.*

### **O que significa informação/notícia local/regional para você?**

Significa acompanhar tudo que acontece ao meu redor, na minha cidade e região, pois a grande mídia acaba por divulgar fatos que acontecem em

nível de Estado e Brasil, deixando descoberta as informações locais de cada cidade/região, restando então esta função as emissoras do interior que repercutem com mais agilidade e rapidez as notícias que vem ao encontro dos verdadeiros interessados.

**Vocês procuram mais as fontes (prefeituras, universidades, vereadores etc.) ou são as fontes que procuram vocês?**

Atualmente, com a agilidade das redes sociais, a informações dos municípios estão presentes nos sites, assim como das instituições em geral. A pesquisa é feita em todos os sites de interesse em busca de informações que podem ser ampliadas através da nossa produção, quando necessário. Porém, vale salientar que contatos são feitos com frequência com pessoas, entidades e lideranças que nos informam de diversos acontecimentos da região com exclusividade e servem de pautas para entrevistas e geral.

**Há o envio de press-releases por parte das prefeituras, universidades e demais entidades da região? Se sim, como é feita a (seleção) desses materiais? São usados na íntegra ou apenas como ponto de partida para construção da notícia?**

Sim são enviados, e em sua maioria são usados como ponto de partida para a construção da notícia. Os press-releases também servem para agendamento de entrevistas com as pessoas envolvidas na notícia.

**Que tipo de notícias vocês não podem deixar de veicular?**

Diante do fato, tudo é noticia, não há uma regra que diga que não pode ser veiculada uma informação, salvo em casos que a direção da empresa ache que tal fato possa repercutir mal para a emissora e gerar prejuízos de toda ordem.

**O que é definido nas reuniões realizadas nas segundas-feiras de manhã?**

Naquele momento é avaliada a semana que passou, as coberturas de eventos e acontecimentos, e planejada a semana seguinte.

**Vocês precisam seguir alguma meta em relação à produção jornalística diária ou semanal?**

Não necessariamente, mas precisamos ficar atentos a todos os principais fatos que acontecem no município e região.

**Sabe-se que diversos órgãos estão disponibilizando informações também pelas redes sociais (facebook, twitter...). Vocês utilizam as redes sociais para buscar notícias de alguns desses órgãos? Que órgãos são esses?**

Sim usamos as redes sociais que são fundamentais atualmente. São muitos os sites de informações que são úteis para a emissora.

**Durante a programação jornalística é possível perceber a expressiva quantidade de informações do poder público de Frederico Westphalen, isto tem relação com a prefeitura ser uma das principais fontes de receita da rádio? Se sim, isso impede investigações e publicações de temas polêmicos que envolvam negativamente políticos e a administração pública?**

Sim a prefeitura é uma investidora e tem diariamente informações divulgadas de acordo com o espaço contratado. As informações são ligadas diretamente as secretárias e o trabalho do executivo em geral. O investimento não evita investigações, porém, se houver notícia relacionada à prefeitura deve ser bem embasada e com direito a resposta no momento da notícia.

## **Apêndice G - Entrevista VII**

Nome: Agostinho Piovesan

Função: chefe de jornalismo

Emissora: Luz e Alegria

Data: 29 de novembro de 2013

### **Como é a produção radiojornalística na rádio?**

Temos os contatos das assessorias de imprensa das prefeituras, órgãos do governo do estado, órgãos do governo federal, deputados que enviam e-mails e releases. Depois, os contatos que a gente faz com a Polícia Rodoviária Federal, Polícia Rodoviária Estadual, a Brigada Militar, Corpo de Bombeiros, SAMU e também os contatos que a gente tem com muitas pessoas, muitas entidades que até ligam *pra* rádio dizendo que tem um evento, um acidente.

### **Da onde são essas fontes?**

Mais da região, porque a rádio tem abrangência regional. A gente fica também monitorando os outros sites que às vezes tem uma informação. Facilita um pouco, porque eu sou funcionário do *Correio do Povo*, então a gente tem acesso mais fácil às fontes de informação, porque é diferente quando tu fala “*trabalho no jornal local*” de quando tu fala “*não, é informação pro Correio do Povo*”, daí o pessoal até prioriza a informação, abre mais o jogo porque sabe que é em nível estadual.

### **As informações dos demais lugares, outros estados, país vocês buscam onde?**

Basicamente em sites, a gente utiliza muito isso, porque a internet é uma ferramenta que veio nos últimos 10, 15 anos facilitar muito.

### **Você acredita que a produção jornalística atual é suficiente para os ouvintes?**

A gente faz os noticiários escritos, lidos e também as entrevistas, acho que tem sempre a melhorar. Acho que hoje em dia, de certa forma, não há acomodação, mas dá *pra* avançar mais, buscando novas informações, buscando ângulos diferentes da notícia e não ficar sempre na mesma coisa. E, na região um copia o outro, tem esse detalhe. Então, eu acho que dá *pra* avançar muito mais e tem que mudar um pouco o jornalismo

da região, nesse sentido, de buscar, de fazer diferente, até contestar mais, não custa à democracia contestar um pouco. Por exemplo, mesmo que a prefeitura tenha algum contrato com jornais, dá *pra* contestar, *né*, porque a unanimidade é burra, tem que questionar, fazer diferente.

## **Apêndice H - Entrevista VIII**

Nome: Marco Maciel

Função: diretor

Emissora: Luz e Alegria

Data: 17 de dezembro de 2013

### **Com a transição do AM pro FM a rádio vai sofrer alguma alteração?**

Na verdade, a rádio hoje, ela tem a opção de escolher se vai ou não migrar, isso vai depender de cada caso. Por exemplo, o nosso caso nós estamos em estudo *pra* ver até onde isso vale a pena ou não. Mas de toda sorte, a nossa idéia no momento é de que a gente não migre, não migrando pro canal de FM disponível que o Ministério das Comunicações colocaria a disposição regional, abre a possibilidade de aumentarmos a potência da AM já existente, que também é outra possibilidade, porque os rádios AM vão diminuir a existência, o volume de rádios AM que tem hoje é aproximada a 1700 canais no Brasil, vai cair em 50% no mínimo. Então, nesse sentido, vai acabar desafogando o espectro de congestionamento de rádio e aqueles que ficaram no canal AM poderão aumentar a potência. Então, é algo que está em estudo ainda. Agora, caso fosse ao contrário, se a rádio fizesse a migração pro canal FM as mudanças seriam radicais. Primeiro: o canal AM deixaria de existir, segundo: seria um novo equipamento, seria uma nova frequência, um novo perfil de público a ser atingido, há uma sistemática toda nova, posso te dizer que seria uma rádio totalmente nova.

### **O objetivo de vocês é ter sempre um profissional formado em jornalismo na equipe?**

A rádio necessita de profissionais na área de jornalismo, *né*. Isso é uma necessidade. É claro que hoje o jornalista tem uma visão mais global do jornalismo e nós temos pessoas que trabalham na parte mais segmentada. Por exemplo, têm pessoas que trabalham focadas na redação, pessoas que trabalham focadas na reportagem, têm pessoas que trabalham focadas na elaboração de notícias pontuais etc., mas o jornalismo, o jornalista no caso, ele é uma pessoa mais abrangente que *ta* por dentro de todas essas situações pontuais, mas também com o

objetivo de enxergar mais longe, de buscar notícias que possam fazer a diferença na programação de informação da rádio. Então, sem dúvidas a rádio precisa continuar tendo jornalistas e quanto mais puder ter, melhor.

**Você acredita que a rádio serve como fonte de conteúdo para outros veículos de comunicação?**

Esse é o nosso objetivo. Em muitas situações, sim. A notícia que se coloca no site acaba sendo visualizada, muitas vezes inserida em outras emissoras de rádio em nível regional ou até fora da nossa região, esse é o nosso compromisso. Nosso compromisso é ser a pioneira na geração de conteúdos e informações, porque hoje veículos de comunicação que trabalham com notícias e informação, por exemplo, jornais, têm uma ou duas edições na semana, a rádio *ta* 24 horas no ar. Então, uma notícia quando ela acontece, ela acaba sendo veiculada de todas as formas, primeiro na rádio em muitas situações, porque a rádio tem esse dinamismo, tem essa velocidade da notícia.

**Vocês já entraram em cadeia com outras rádios da região para algum evento ou cobertura específica?**

Já teve várias situações. Por exemplo, existe um evento pontual em Seberi, aonde a rádio de Seberi é a que vai coordenar toda transmissão, em algumas situações a gente já entrou em cadeia com essa ou com outras emissoras, porque naquela oportunidade a rádio que *ta* naquela cidade tem mais facilidade de fazer uma transmissão, e aí, em cima disso, a gente acaba fazendo uma parceria. Mas é claro que hoje, com a estrutura que a Luz e Alegria tem isso tem acontecido pouco. A Luz e Alegria tem estrutura, hoje, *pra* dar a cobertura de melhor qualidade, em qualquer lugar, em qualquer situação, em qualquer acontecimento, a nossa estrutura permite isso. Então, a incidência de entrar em cadeia com outras emissoras menores em nível de região ela *ta* acontecendo menos, mas não significa que a gente não entra em cadeia.



## Apêndice I - Entrevista IX

Nome: Jeferson Carvalho

Função: gerente-geral

Emissora: rádio Sociedade Seberi AM

Data: 9 de janeiro de 2014

### **Com a possibilidade de transação do AM para o FM, qual a perspectiva da rádio sobre essa mudança?**

A gente *ta* avaliando bem, porque a falta de definição e como vai acontecer é o nosso maior desafio. O governo federal já lançou o edital, abriu espaço para quem quer fazer a migração, mas ainda não há um regramento de como essa migração vai acontecer. Se nós vamos perder a concessão do AM, se vamos entrar no dial normal, se vamos entrar na banda estendida do FM, quanto tempo isso vai levar, que tipo de cobertura nós vamos ter, quanto será a potência da emissora no caso do FM, e tem em meio a tudo isso, a discussão do digital, que é nosso maior objetivo, a nossa maior tendência hoje é partir pro digital, só que com essa discussão do FM, a digitalização do rádio parou um pouquinho de discussão. Estamos trabalhando com nossa equipe de engenheiros em propostas e acompanhando a tendência, eu te diria que hoje a rádio Seberi não está definida, mas é muito atraente a possibilidade de migrar pro FM, porque seria uma melhor qualidade de som, muito embora, em termos de alcance o FM seja muito menor do que o AM.

### **Você acha que com essa migração se ganharia ou perderia ouvintes?**

Quem gosta de rádio ouve rádio indiferente de ser AM ou FM. Eu tenho conversado com muita gente que houve o som do AM e diz que o AM é melhor que o FM, tem gente que diz que o FM é melhor que o AM. A dificuldade do AM é que ele sofre muita interferência principalmente energética em algum momento, até porque os rádios que foram construídos nos últimos tempos são rádios que não tem isolamento para a entrada de interferência de energia. Se você pegar um rádio antigo você sintoniza qualquer rádio da região com um som limpo, nítido, essa é a diferença entre o AM e o FM, a maior delas é a aceitação de ruídos. Então, migrando do AM pro FM, em muitos pontos que nós temos essa dificuldade, nós superariamos, mas aí tem o outro lado, que a dispersão do sinal do AM que é muito maior do que a da FM. Porque a frequência

modulada se você pegar ela em uma determinada situação em que você pegue uma baixada ou pegue um cerro na frente, tu vai perder o sinal, o AM não acontece isso. Então, tu tem os dois lado, o ganho de alguns ouvintes que gostariam de mudar *pra* uma qualidade de som melhor, tem o outro lado, do ouvinte que *ta* lá no interior e não quer perder a sintonia do rádio, não quer perder a informação, e essa informação, só o AM leva *pra* ele, com maior qualidade, com maior consistência, então, é isso que nós temos que avaliar, o nosso relevo, que é um relevo bem acidentado na região. Nós temos uma leva de ouvintes que são lá do interior, e que ouvem o AM e que querem a informação. *Pra* eles, a diferença na qualidade de sinal vai mudar muito pouco, agora, se perderam a informação eles vão reclamar. Então, com o digital, a tendência é de que o digital tenha o mesmo ou maior alcance que o AM possui hoje com a qualidade digital, então, por isso, a tendência hoje seria pela digitalização do som e não pelo FM. Não há como a gente entrar numa cega dessas e dizer “*nósvamos migrar ou pro FM ou pro Digital*”, e aí, como é que vai funcionar depois. Na questão do FM, o Governo chegou a divulgar que rádios que têm um grande alcance terão privilégios de entrarem na banda já existente do FM, mas daí dizer e até colocar no papel que isso é realidade a gente vai ter que estudar, porque, *pra* nós seria muito complicado. A Rádio Seberi, por exemplo, é uma rádio que tem duas vantagens muito grandes. A primeira é o dial, a sintonia no rádio que é 880 [...], o segundo ganho é a potência, e com o dial 880 e com uma potência de 8 KW que a rádio Seberi tem hoje, nós temos uma expansão de sinal muito grande. Então, nós não podemos brincar com essas duas características fortes que nós da AM temos hoje em Seberi. Essa é a grande preocupação, acompanhar a tendência e ver o que o governo vai dizer. Como ele vai liberar? Como vai ser esse processo? Tem regras? Tem! Como essas regras vão beneficiar a rádio Sociedade Seberi? Se elas vão beneficiar, ótimo, senão, vamos manter o sinal no AM.

### **Você considera a rádio Seberi referência para outras rádios da região?**

[silêncio] ... É bem complicado você dizer que você referência. Mas a gente tenta fazer um rádio diferente. A equipe Seberi AM ela tem planejado a programação da rádio Sociedade Seberi de uma forma diferenciada. Porque muita gente diz que o AM tem que ser notícia e o FM tem que ser música, nós não concordamos. Nós aqui, então, fizemos uma AM “*FMzada*”, vamos assim inventá-la, batizá-la. A Rádio Sociedade Seberi, ela tem muita informação, mas ela não é só

informação. Ela tem muita música e não é só música. A gente tem programações abertas, pílulas de informação como é o caso da *Notícia na Hora Certa*, o *Giro da Notícia*, a informação em tempo real, porque se acontece alguma coisa a gente entra no ar e traz a informação em tempo real pro ouvinte e tem a parte musical. Então, a gente tem trabalhado com esses dois públicos. Se você acompanhar, por exemplo, no ano de 2013 nós começamos com uma série de vinhetas diferenciadas, que são muito próximas das vinhetas do FM, porque nós entendemos que o ouvinte ele tem que ter consciência de que não há uma diferenciação tão grande assim, é só uma questão de sinal, uma questão de estéreo ou mono, mas a disseminação da informação é a mesma e nós temos feito isso ao longo do tempo. Então, felizmente eu confesso que tenho visto muitas coisas que são feitas aqui, replicarem em outras emissoras. Agora, dizer que somos referência é complicado. A gente tenta também buscar referências em outros *pra* tentar aprender.

- *Informações complementares disponibilizadas por e-mail no dia 5 de junho de 2014.*

**Diferente de outras emissoras da região, a Seberi não veicula tanta notícias relacionadas ao poder público municipal, isto tem algum motivo específico?**

Em nossa programação, diferente de muitas emissoras, não temos muitos espaços destinados a entrevistas prolongadas ou espaços específicos de jornalismo puro. Entendemos que estas práticas, em muitos momentos e especialmente em cidades de menor porte, deixam o jornalismo refém das administrações como maior fonte de informação e que, em não raras vezes, torna-se repetitivo, ganha conotação política e acaba distorcendo a sua essência. Ressalto: Respeitamos muito os demais veículos de comunicação e reforço que esta é uma opção de nossa equipe. Aqui optamos por uma programação mais eclética e menos “pesada”(como muitos ouvintes à denominam) durante o dia, mas, estamos sempre abertos a veiculações que falem das administrações e de seus feitos, principalmente quando as notícias são de interesse coletivo.

**No protocolo de migração disponibilizado pelo Ministério das Comunicações a Rádio Seberi está entre as emissoras que pediram a**

**migração do AM para o FM, quais os principais motivos da mudança? Há uma previsão de quando vocês começarão a operar em frequência modulada?**

Nosso pedido baseia-se, principalmente, no acompanhamento das tendências do rádio atual. Somos cientes que o rádio AM sofre muitas interferências de sinal que o FM, muito embora tenha uma cobertura bem inferior, não enfrenta. Confesso que sou um dos “dinossauros” do rádio que preservo um grande saudosismo ao entorno do sinal AM, mas, temos que evoluir e se o processo nos encaminhar para esta nova plataforma, estaremos prontos. Quanto aos prazos de mudança e se ela acontecerá ou não, dependerá muito das políticas de governo e de viabilidade técnica que, neste momento, estamos avaliando.

**Vocês têm algum acordo com a Rede Gaúcha Sat, em que está determinado quais programas e o tempo estimado de reprodução dos conteúdos da cabeça de rede?**

Na verdade, nossa parceria com a Rede Gaúcha Sat é de veiculação de notícias preferencialmente no âmbito estadual, nacional e internacional e que seriam difíceis de acompanharmos à distância. Confesso que sou defensor de uma maior participação das rádios do interior na programação da rede, porém, isso ainda não é entendido da mesma forma pela Gaúcha, todavia, já começamos uma discussão. Nós temos veiculado a Notícia na Hora Certa, os Correspondentes e as Jornadas Esportivas, além de retransmitirmos sua programação na madrugada, entre 23h e 05h30min.

## **Apêndice J – Entrevista X**

Nome: Luciano Costa Hoerbe

Função: gerente de Redes e Afiliadas – RBS Rádio

Emissora: Rede Gaúcha Sat

Data: 03 julho de 2013.

### **Você sabe como se formou a Rede Gaúcha Sat?**

A Rede Gaúcha SAT começou a ser pensada em 1994, logo após a Copa do Mundo. A intenção é que na Copa seguinte se tivesse um número maior de emissoras retransmitindo a cobertura da Rádio Gaúcha. O início oficial se deu em 1995.

### **São quantas emissoras afiliadas?**

141 emissoras afiliadas e 3 emissoras próprias do Grupo RBS.

### **Como faz para uma emissora se afiliar a Rede?**

Algumas rádios do interior do Brasil nos procuram eventualmente para formalizar a parceria. Nós também prospectamos emissoras situadas em locais de relevante “colonização” gaúcha. Temos o objetivo de colocar a Rádio Gaúcha onde “tem” gaúcho.

### **O mesmo conteúdo que é produzido para a região metropolitana é transmitido para as afiliadas?**

Sim. Porém, as afiliadas não retransmitem a programação integral. A maioria retransmite o Futebol da Gaúcha, o Sala de Redação e o Correspondente Ipiranga.

### **Como se seleciona o conteúdo enviado para as afiliadas?**

O conteúdo não é selecionado especificamente, e sim, gerado conforme as notícias factuais.

### **Qual o principal conteúdo buscado pelas emissoras afiliadas?**

Futebol e news (Correspondente Ipiranga e Notícia na Hora Certa).

**A linguagem é pensada também para o público destas emissoras, que estão em outros lugares, ou independe e acompanha o perfil da rádio Gaúcha?**

A linguagem é padronizada pela cabeça de rede, respeitando ética, princípios e valores relacionados às melhores práticas do jornalismo e da língua portuguesa.

**As emissoras afiliadas tem um tempo determinado para transmitir o conteúdo da cabeça-de-rede?**

Não. A formalização contratual não prevê data de encerramento, apenas se houver interesse de uma ou ambas as partes.

\*Perguntas complementares feitas por e-mail para o gerente de redes no dia 16 de maio de 2014.

**No protocolo de migração do AM para o FM, notamos que vocês estão entre as 140 rádios gaúchas a pedir a mudança de frequência.**

**-Por quê desta opção?**

Já estamos operando também em FM desde 2008... 93.7.

**-Terá alguma diferença no alcance da rádio?**

Em média, o alcance é de 150 a 200 km quadrados.

**-E a as afiliadas da Rede Gaúcha Sat sofrerão alguma consequência?**

Para as afiliadas não há diferença.

**- Já tem uma previsão de mudança?**Não respondeu.

**-Quais as vantagens da migração?**Não respondeu.

## ANEXOS

### Anexo 1 – Matéria reproduzida em diversos meios – “Intensificação da fiscalização na BR-386, no Rio Grande do Sul”.



pelotascenter.com.br

Boa tarde visitante!

CDL 4548r

O que você deseja acessar?

**CDL Pelotas**

INSTITUCIONAL SERVIÇOS CONVÊNIOS NOTÍCIAS FOTOS EVENTOS CONTATO CURSOS PALESTRAS

## NOTÍCIAS

### PRF intensifica fiscalização para tentar conter acidentes na BR-386, RS

Excesso de velocidade tem provocado acidentes fatais, diz a polícia. Em 90 minutos, 27 condutores foram flagrados em alta velocidade na via.

Publicado 25/11/2013

A Polícia Rodoviária Federal (PRF) anuncia que começa a intensificar a partir desta segunda-feira (25) a fiscalização na BR-386, no Rio Grande do Sul. O objetivo é conter o excesso de velocidade dos veículos na rodovia e evitar acidentes. Nos últimos sete dias, oito pessoas morreram na estrada e, segundo a PRF, em todos os casos foi constatado que a alta velocidade foi o fator determinante para as ocorrências.

Um teste foi realizado no domingo (24). Em 90 minutos de fiscalização no trecho na Tabal Canoa, 27 condutores foram autuados por circularem em excesso de velocidade, todos acima de 115 km/h. Do total, 11 estavam excedendo o limite estipulado para rodovia em mais de 50%. Eles terão suas carteiras de habilitação suspensas, conforme informou a PRF. Uma pessoa foi detida.

A fiscalização intensificada ocorrerá entre o km 197 e o km 448 da rodovia, em pontos onde os acidentes fatais ocorreram. Os limites de velocidade da BR-386 estão entre 60 e 80 km/h e todos os locais estão devidamente sinalizados, segundo a PRF.

## ASSOCIADOS

**IMPOSTÔMETRO RS**  
BOM E QUANTO É MELHOR AVALIAR SEUS PRODUTOS  
NÃO COMPRE SEM NÓS

**Pelotas**  
Atendimento Especializado em Produtos de Qualidade  
Rua Fernando Ferrari, 1002 - Fátima - RS  
(51) 3233-1001

**De France**  
Concessionárias  
CITROËN  
(51) 3233-1001

**IRMÃOS JOUGLARD**

## COMPARTILHE

Facebook Twitter LinkedIn YouTube Instagram

Tweet 0 Curtir 0

25/11/2013 09h17 - Atualizado em 25/11/2013 09h28

## PRF intensifica fiscalização para tentar conter acidentes na BR-386, RS

Excesso de velocidade tem provocado acidentes fatais, diz a polícia.  
Em 90 minutos, 27 condutores foram flagrados em alta velocidade na via.

De G1 RS

Comente agora

Tweetar

Recomendar

A Polícia Rodoviária Federal (PRF) anuncia que começa a intensificar a partir desta segunda-feira (25) a fiscalização na BR-386, no Rio Grande do Sul. O objetivo é conter o excesso de velocidade dos veículos na rodovia e evitar acidentes. Nos últimos sete dias, oito pessoas morreram na estrada e, segundo a PRF, em todos os casos foi constatado que a alta velocidade foi o fator determinante para as ocorrências.

Um teste foi realizado no domingo (24). Em 90 minutos de fiscalização no trecho na Tabai Canoas, 27 condutores foram autuados por circularem em excesso de velocidade, todos acima de 115 km/h. Do total, 11 estavam excedendo o limite estipulado para rodovia em mais de 50%. Das terão suas carteiras de habilitação suspensas, conforme informou a PRF. Uma pessoa foi detida.

A fiscalização intensificada ocorrerá entre o km 197 e o km 448 da rodovia, em pontos onde os acidentes fatais ocorreram. Os limites de velocidade da BR-386 estão entre 60 e 80 km/h e todos os locais estão devidamente sinalizados, segundo a PRF.

### saiba mais

**Trecho da BR 386 passa por melhorias no norte do RS**

**Colisão frontal mata duas pessoas na BR-386 em Tabai, RS**

### temas: Canoas

### veja também

**Polícia do RS recupera 25 toneladas de polietileno roubado em Canoas**  
Duas pessoas foram presas por receptação na Região Metropolitana. Trize toneladas foram encontradas em depósito de Cachoeira.

25/11/2013

**STJ revoga liminar que suspendia obra do Presídio de Canoas, RS**  
Ministro Og Fernandes deixou pedido da Procuradoria-Geral do Estado. Construção poderá ser retomada por mesma empresa na segunda-feira (25).

25/11/2013



**Polícia reatram bonicoce vestida de PT de passearela no RS; veja o vídeo**

25/11/2013

**Buracos na pista dificultam tráfego em rua de acesso a Porto Alegre**  
Rua João Moreira Maciel é uma das vias que ligam a cidade a Canoas. Prefeitura diz que operação de recuperação ocorrerá na próxima semana.

25/11/2013

Link

### SEJA O PRIMEIRO A COMENTAR




### Rio Grande do Sul

Veja todos os temas



**Hospital do RS mantém fechado setor de hemodialise 9 dias...**  
HA 12 MINUTOS

**Detento de presídio comandava golpe de falsos aluguéis, diz polícia do RS**

HA 1 HORA

**Após golpe, empresária atrel e amansa suspeito em loja do RS; veja o vídeo**

HA 3 HORAS

**Acidente causa varramento de ácido na BR-470 em Bento Gonçalves, RS**

HA 3 HORAS

**Brasil**

+

**Trânsito RS**

+

**Canoas**

+

### G1 primeira página

**Arrecadação soma R\$ 105,8 bi e bate recorde para abril**

Sobre abril de 2013, alta foi de 0,93%. No ano, arrecadação é de R\$ 399 bi.



**Recicla espera fim do desconto do IPI para carros em julho**

**Zona Oeste do Rio tem ao menos 4 policiais baleados em 24 horas**

**PT pede ao Supremo fim da regra usada para negar trabalho a Dirceu**



**Deputado que responde a 107 ações diz que deixará a política**

veja todos os destaques

### Shopping



**Nike shoes**  
Nike Air Max Tailwind 5  
Em até 9x de R\$ 27,77

< > < > < >

compare preços de

veja todos os produtos



## Anexo 2 – Release Sicredi

15/5/2014

Sicredi Alto Uruguai RS/SC - Imprimir Notícias



É esta a sua Institucional da  
Sicredi Alto Uruguai RS/SC, uma das  
Cooperativas de Crédito do sistema Sicredi.

**GENTE  
QUE  
COOPERA  
CRESCER**

### Seminário de Lideranças Cooperativas

No dia 21 de novembro, a Sicredi Alto Uruguai RS/SC realizou o encerramento do Seminário de Lideranças Cooperativas. Na oportunidade, o presidente do Sistema OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras), Márcio Lopes de Freitas, realizou a palestra "Papel das Cooperativas e Desafios Futuros".

Este seminário faz parte das boas práticas de Governança Cooperativa, que a Sicredi Alto Uruguai RS/SC vem desenvolvendo com os seus diferentes públicos. Este processo foi iniciado com um trabalho junto ao seu conselho de administração e fiscal, bem como a direção esteve presente junto às equipes das 26 unidades de atendimento da superintendência, trazendo as informações dos caminhos que a cooperativa estará percorrendo. Dando prosseguimento, foi realizado o Seminário de Lideranças Cooperativas, contemplando três encontros: em Rodeio Bonito, Frederico Westphalen e Maravilha, que reuniram os coordenadores de núcleo da cooperativa, a fim de realizar um alinhamento das Políticas de Governança Cooperativa, do Planejamento Estratégico 2014 e demais assuntos ligados à sua Gestão Estratégica. Nas assembleias de prestação de contas do próximo ano, os associados também estarão recebendo estas informações.

A palestra que aconteceu no salão de atos da URI contou com a presença de um público de mais de 700 pessoas. Além da direção da cooperativa, conselheiros, executivos e colaboradores, esteve presente o presidente da Sicredi Região da Produção RS/SC, Sr. Saul Ravadoscki representando a Central Sicredi Sul, o representante do Sistema Ocbgs/Sescoop, Sr. José Máximo Daronco, e dirigentes de mais de 18 cooperativas da região. Prestigiarão ainda o evento os coordenadores de núcleo da cooperativa e lideranças regionais.

Durante a palestra, Márcio Lopes de Freitas falou sobre o funcionamento do sistema OCB, e de que forma que o mesmo atua junto as cooperativas, bem como quais as metas no que tange a boa qualidade da gestão e da boa governança nos empreendimentos cooperativos, que será o grande foco de trabalho das cooperativas nos próximos anos.

De acordo com o presidente da cooperativa, Eugênio Poltronieri, poder trazer até a região o maior ícone do cooperativismo brasileiro com certeza é uma alegria muito grande. "A Sicredi Alto Uruguai RS/SC vive hoje um momento de grande avanço no que diz respeito à Governança Cooperativa, e a presença do Márcio e dos assuntos que foram trazidos por ele, veio reforçar o quanto isso é importante para a sustentabilidade da cooperativa, e diretamente para os próprios associados" enfatizou Poltronieri.

Fonte: Assessoria de Comunicação e Marketing

Sexta, 22 de Novembro de 2013

Notícia Impressa - 15/05/2014 13:18



## Anexo 3 – matéria sobre tratamento de água no interior do município.



Home Município Administração Serviços Comunicação

25 de novembro de 2013 às 10:51 AM

Tweetar 0
 Curtir 0
 +1 0

### Interior do município recebe tratamento de água

Posted by [Gabriela Zanella](#)



Foto: Divulgação

O programa de tratamento de água para o interior do município de Frederico Westphalen está sendo realizado desde o mês de agosto de 2013 e é feito em parceria entre o Ministério Público, Prefeitura Municipal e associações de moradores e é destinado aos agricultores que utilizam de água comunitária. No acordo fica como responsabilidade do Poder Executivo o pagamento do tratamento da água e aos agricultores a disponibilização dos equipamentos necessários para os serviços.

Cerca de 1000 famílias já estão recebendo o benefício de água potável em suas casas. De acordo com a empresa responsável pela instalação dos equipamentos, 20 comunidades já estão aptas para o recebimento do tratamento de água e somente as Linhas São Paulo, Encruzilhada e Brondani, ainda não disponibilizaram as condições necessárias para a instalação do sistema de tratamento.

Através de licitação e um plano de amostragem a empresa Sofitsul é responsável pela instalação dos equipamentos para a intervenção nas fontes coletivas. De acordo com Rudimar Sérgio Ritterbuch, Fiscal Sanitário do município, mensalmente a empresa repassa para Vigilância Sanitária, laudos técnicos da eficiência dos tratamentos e as planilhas de vistoria. Em contrapartida, a Vigilância, também mensalmente, realiza coletas nas localidades e envia para o laboratório central em Palmeira das Missões para a análise fiscal da água.

As atividades e qualidade dos tratamentos são realizadas com base na Portaria do Ministério da Saúde, nº 2914 de 12 de dezembro de 2011. A partir do documento, a água é analisada frente ao padrão de potabilidade, que está ligado a qualidade do líquido para consumo humano e padrão organoléptico, que define-se como um conjunto de parâmetros caracterizados por provocar estímulos sensoriais que afetam a aceitação para consumo humano, mas que não necessariamente implicam risco à saúde.

Tweetar 0

Curtir 0

+1 0

CIDADÃO

EMPRESA

SERVIDOR

GOVERNAMENTAL

FORNECEDOR

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA

Licitações

Dia dos Pais

Programação do Dia das Mães


Exposfrod 2014 – 30 de abril a 04 de maio

Encontro Intermunicipal de Mulheres acontece neste sábado

### Leave a Reply

Você precisa fazer o login para publicar um comentário.

## Anexo 4 – Matéria sobre temporal em Frederico Westphalen.



**Anuncie Aqui**

**Super Bernetti**  
 (51) 3744 1545 - 6688  
 Av. João muniz Reis, 1218  
 próximo a rodoviária  
 Frederico Westphalen

**Anuncie Aqui**

**TOMAZONI**  
 ROYAL  
 CROQUETTES  
 Da Segunda à Sexta das 18h30m às 22h30m  
**COISAS BOAS SE ACONTECERÃO**

Notícia publicada em Quarta-feira, 27 de Novembro de 2012 (21:02:50) por radioam

IMAGENS ANEXADAS

O forte calor que fez durante o dia em Frederico Westphalen já alertava que viria chuva por aí. E foi o que aconteceu. Por volta das 19:30 desta quarta, 27, começou uma intensa chuva com raios e vento, que em poucos minutos alagou alguns pontos da cidade.

Um dos lugares que mais sofre com o acúmulo de água da chuva é o cruzamento da Rua Arthur Milani com a Rua Piratini, no centro da cidade. Como a água vai descendo e o bueiro não dá conta do grande volume, a rua fica completamente alagada, dificultando a passagem dos motoristas e até por vezes entrando dentro de lojas instaladas perto do local.

Mais informações e fotos: <http://goo.gl/XWSZkK>

Fonte: Almir Felin/Folha do Noroeste

**Relacionadas**

**Mais lida :**  
 Dois jovens de FW morrem em acidente na BR 386

**Vote nesta notícia**

Média: 0  
 Votos: 0

Vote nesta notícia

★★★★★  
 ★★★★★  
 ★★★★★  
 ★★★★★  
 ★★★★★

**Votar**

**Opções**

Imprimir  
 Enviar para pessoa conhecida

**VIDEO ANEXADO**

**VOLTAR**

**NOTÍCIAS >** Geral **Viver Bem** Policia Esporte Cidades Negócios Insight! Opinião Artigos Rural

Principal / Notícias / Geral / Temporal causa alagamentos em Frederico Westphalen

Quarta, 27 de Novembro de 2013

## Temporal causa alagamentos em Frederico Westphalen

 Curtir  Tweet  0     



### Noticias Relacionadas

- 12/02/2014  
Temporal causa estragos em Palmitinho
- 01/02/2014  
Possibilidade de chuva em Frederico Westphalen
- 03/01/2014  
Casa fica inclinada após temporal

### Últimas Notícias

- 26/05/2014  
Circuito Gaúcho de Futsal é realizado no Ipiranga

**NOTÍCIAS >** Geral **Viver Bem** Policia Esporte Cidades Negócios Insight! Opinião Artigos Rural



O forte calor que fez durante o dia em Frederico Westphalen já alertava que viria chuva por aí. E foi o que aconteceu. Por volta das 19:30 desta quarta, 27, começou uma intensa chuva com raios e vento, que em poucos minutos alagou alguns pontos da cidade.

Um dos lugares que mais sofre com o acúmulo de água da chuva é o cruzamento da Rua Arthur Milani com a Rua Piratini, no centro da cidade. Como a água vai descendo e o bueiro não dá conta do grande volume, a rua fica completamente alagada, dificultando a passagem dos motoristas e até por vezes entrando dentro de lojas instaladas perto do local.

### Desfile e chegada do Papai Noel são cancelados

Com a intensa chuva que caiu sobre a cidade na noite desta quarta, a programação do desfile de natal que iria reunir cerca de 200 crianças das escolas foi cancelada. A chegada do Papai Noel, outra atração da noite, também teve que ser adiada para outra data.



### Tweets

 **Folha do Noroeste** @jornalnn 21 May

Fila para compra dos ingressos da decisão do União Frederiquense de Futebol pro gimDanyu pic.twitter.com/VBRCR5JOCs



Tweet to @jornalnn

### facebook


 **Jornal Folha Do Noroeste**

 Curtir

8.390 pessoas curtiram Jornal Folha Do Noroeste




**NOTÍCIAS >** Geral **Viver Bem** Policia Esporte Cidades Negócios Insight! Opinião Artigos Rural




TEXTO: ALMIR FELIN


**NOTÍCIAS >** Geral **Viver Bem** Policia Esporte Cidades Negócios Insight! Opinião Artigos **Rural**



### Comentários


 Comentar...

**FOLHA** DO NOROESTE


 Play on social do Facebook


**INSTITUCIONAL** Expediente Enquetes Colunistas Vídeos Classificados Contato

**Canal no YouTube** Viver bem Policia Esporte Cidades Negócios Insight! Artigos Opinião Rural

**Newsletter:**    Cancelar este serviço

Fone: **55 | 3744 - 7080**

 **APP DISPONÍVEL NO Google play**

Folha do Noroeste © 2013. Virtualis 

## Anexo 5 – matéria “Vice-Prefeita Maristela Fátima Zadinello comandará Cristal do Sul durante trinta dias” disponível no site da emissora.

Bem Vindos Seberi, Segunda-feira 26 de Maio de 2014 7:30 - 19:00 **MM** Carita Rio Grande **PP** Correspondente Igr... 15:34 **U** Max: 30 °C **D** Min: 18 °C



**Rádio Seberi AM 880**  
Integrante da Rede Gaúcha Sat!



**AO VIVO**

Acompanhe:




INICIAL SOBRE PROGRAMAÇÃO AGENDA GALERIA DE FOTOS NOTÍCIAS FALE CONOSCO

**Últimas Notícias**

**Vice-Prefeita Maristela Fátima Zadinello comandará Cristal do Sul durante trinta dias.**

Qua, 08 de Janeiro de 2014



A vice-prefeita Maristela Fátima Zadinello assumiu como prefeita em exercício nesta terça-feira dia 07 de Janeiro de 2014, na presença dos secretários e funcionários onde a mesma, comandará o poder Executivo até o dia 06 de fevereiro, enquanto o Prefeito Cezar de Pelegrin estará de férias.

A Vice-Prefeita Maristela agradece a confiança depositada pelo Prefeito Cezar e destacou que não haverá alterações na condução da gestão nestes trinta dias, uma vez que será mantida a agenda administrativa.

De acordo com Maristela o período em que a mesma estará à frente do executivo, será utilizado para dar andamento nas ações da administração, dando continuidade nos trabalhos com exatidão e eficiência. “As ações da prefeitura não param. Temos muitas obras em andamento e diversos trâmites e projetos para este ano. Teremos muito trabalho pela frente para que tenhamos um Cristal do Sul melhor a cada dia.”, declarou.

Fonte: Dpto de Jornalismo - Seberi AM/ Levi de Oliveira. Foto: divulgação

**Compartilhe!**




**Comente!**



Comentar...

☒ Publicar também no Facebook

Publicando como Bárbara Aurelia (Trocar) **Comentar**

Plugin social do Facebook

**OUÇA AO VIVO**  
**MENSADEI DO DIA**  
**HORÓSCOPO**  
**ÁGUA NA BOCA**  
**LOTÉRIAS**  
**MAPAS**  
**OBITUÁRIO**  
**PREVISÃO DO TEMPO**

INICIAL SOBRE PROGRAMAÇÃO AGENDA GALERIA DE FOTOS NOTÍCIAS FALE CONOSCO

**S Rádio Seberi AM 880**  
Integrante da Rede Gaúcha Sat!




**Copyright**  
Todos os direitos reservados. Rádio Seberi AM 880 © 2012

**Desenvolvimento**  
Virtualité Serviços em Informática

## Anexo 6 – Matéria “Candidatas à corte da Expofred apresentam projeto social”.

Bem Vindos Seberi, Segunda-feira 26 de Maio de 2014 17:30 - 19:00 **NOTÍCIAS** **Canta Rio Grande** **Correspondente Igit...** 15:38 **Max: 30°C** **Min: 18°C**



**Rádio Seberi AM 880**  
Integrante da Rede Gaúcha Sat!



**AO VIVO**

Acompanhe:




[INICIAL](#)
[SOBRE](#)
[PROGRAMAÇÃO](#)
[AGENDA](#)
[GALERIA DE FOTOS](#)
[NOTÍCIAS](#)
[FALE CONOSCO](#)

### Últimas Notícias

#### Candidatas à corte da Expofred apresentam projeto social

Ter, 07 de Janeiro de 2014



Na noite desta segunda-feira, 06, aconteceu na sede da ACI de Frederico Westphalen a apresentação dos projetos sociais das candidatas à soberana da Expofred 2014. A entrega desta tarefa, que é um dos critérios com maior pontuação no concurso, durou aproximadamente três horas totalizando treze projetos. Os pais e familiares puderam acompanhar a apresentação.

Os temas apresentados à Comissão Central da Expofred e corpo de jurados foram os mais variados, desde ajuda a pessoas necessitadas, dependentes químicos e idosos até trabalhos culturais. Durante a apresentação, dividida em três momentos, as candidatas apresentaram o projeto social, suas justificativas, objetivos e métodos para realização dos mesmos. Também responderam uma questão sobre a cidade, sortada aleatoriamente. O presidente da Expofred 2014 Alysson Bakof testou a espontaneidade das futuras soberanas solicitando que rapidamente elaborassem um convite simulando que estivessem sendo entrevistadas por uma emissora de rádio.

Wilson Ferigolo, coordenador da Comissão de Apoio à Cultura e Turismo destacou a variedade dos projetos apresentados. “É muito interessante ver a preocupação das candidatas com a comunidade frederiquense e variedade dos projetos apresentados mostram que diversos públicos foram contemplados. É interessante que além de muito belas as meninas estão preocupadas com o lado social de nossa cidade.”

Outra atividade realizada na noite desta segunda-feira foi a gravação de vídeos que serão exibidos no baile de escolha que acontece na sexta-feira, 10 de janeiro na Ecco Eventos, com a animação da banda Mandy. Os convites estão à venda na sede da ACI de Frederico Westphalen ou pelo telefone 3744 4244.

Fonte: Dpto de Jornalismo - Seberi AM/Assessoria de imprensa - Expofred 2014

**Compartilhe!**





**Comente!**



Comentar...

☒ Publicar também no Facebook

Publicando como Bárbara Areita (Trocar) [Comentar](#)

Plug-in social do Facebook

















[INICIAL](#)
[SOBRE](#)
[PROGRAMAÇÃO](#)
[AGENDA](#)
[GALERIA DE FOTOS](#)
[NOTÍCIAS](#)
[FALE CONOSCO](#)



**Rádio Seberi AM 880**  
Integrante da Rede Gaúcha Sat!




**Copyright**  
Todos direitos reservados. Rádio Seberi AM 880 © 2013

**Desenvolvimento**  
Virtualit Serviços em Informática





Home Município Administração Serviços Comunicação

7 de janeiro de 2014 at 3:40 PM

Tweetar 0 Curtir 0

8+1 0

## Processo de seleção das soberanas da Expofred 2014 entra na etapa final

Posted by [Francieli Fão](#)

Na noite desta segunda-feira, 06, aconteceu na sede da ACI de Frederico Westphalen a apresentação dos projetos sociais das candidatas à soberanas da Expofred 2014. A entrega desta tarefa, que é um dos critérios com maior pontuação no concurso e teve duração de aproximadamente três horas totalizando treze projetos. Os pais e familiares puderam acompanhar as apresentações.

Os temas apresentados à Comissão Central da Expofred e ao corpo de jurados, envolvem desde ajuda a pessoas necessitadas, dependentes químicos e idosos, até trabalhos culturais.

Durante a apresentação, dividida em três momentos, as candidatas apresentaram o projeto social, suas justificativas, objetivos e métodos para realização dos mesmos. Também responderam uma pergunta cultural sobre a cidade, sorteada aleatoriamente. O presidente da Expofred 2014, Alysson Bakof, testou a espontaneidade das futuras soberanas, solicitando que rapidamente elaborassem um convite simulando que estivessem sendo entrevistadas por uma emissora de rádio.

Wilson Ferigolo, coordenador da Comissão de Apoio à Cultura e Turismo, destacou a variedade dos projetos apresentados: "É muito interessante ver a preocupação das candidatas com a comunidade frederquense e a variedade dos projetos apresentados mostram que diversos públicos foram contemplados. É interessante que além de muito belas as meninas estão preocupadas com o lado social de nossa cidade."

Outra atividade realizada na noite desta segunda-feira foi a gravação de vídeos que serão exibidos no baile de escolha que acontece na sexta-feira, 10 de janeiro na Ecco Eventos, com a animação da banda Mandy. Os convites estão à venda na sede da ACI de Frederico Westphalen ou pelo telefone 3744 4244.



Candidatas à Expofred apresentam projeto social nesta segunda-feira, 06. Foto: Al Expofred



Entre os presentes estiveram os representantes da comissão central e a comissão responsável pela escolha das soberanas. Foto: Al Expofred

Tweetar 0 Curtir 0

8+1 0

### Leave a Reply

Você precisa fazer o [login](#) para publicar um comentário.

CIDADÃO

EMPRESA

SERVIDOR

GOVERNAMENTAL

FORNECEDOR



PORTAL DA TRANSPARÊNCIA



Licitações

### Agenda >>



Programação do Dia das Mães



Expofred 2014 – 30 de abril a 04 de maio



Encontro Intermunicipal de Mulheres acontece neste sábado

## Anexo 7 – matéria divulgada no site do *Correio do Povo* e no site da rádio.

[Notícias](#)
[Entretenimento](#)
[Esportes](#)
[Vídeos](#)
[Rede Record](#)
[E-mail](#)

O Jornal que vai direto ao ponto

Porto Alegre  
Agora 17°C  
Amanhã 17° 18°

[Capa](#)
[Notícias](#)
[Esportes](#)
[Arte & Agenda](#)
[Blogs](#)
[CP Vantagens](#)
[Classificados](#)
[Impresso](#)

[Veja também: Webmail](#)
[Central do Assinante](#)
[Rádio Guaíba](#)
[Fale Conosco](#)
[Trabalhe Conosco](#)

[Notícias > Geral](#)

10/01/2014 00:54 - Atualizado em 10/01/2014 00:56

[Imprimir](#)
[Enviar](#)
[Fale com a redação](#)
[Letra](#)
[B](#)

# Colisão entre motos mata jovem em Tenente Portela

## Acidente na RS 472 deixou outras duas pessoas gravemente feridas

Um jovem morreu e outros dois ficaram gravemente feridos em colisão frontal de duas motocicletas, no final da noite desta quinta-feira, em Tenente Portela, região Norte do Estado. A batida aconteceu no km 51 da RS 472. Segundo o Grupo Rodoviário da Brigada Militar (BM) de Santo Augusto, Jonathan Vortagel, de 20 anos, estava na carona de uma das motos e morreu no local do acidente em virtude de múltiplos ferimentos.

Os condutores das motocicletas foram socorridos e estão hospitalizados em instituições de saúde de Tenente Portela e de Três Passos. A Polícia Civil investigará o acidente.

Fonte: Correio do Povo

Tags: Trânsito Acidente Tenente Portela

### O que você deseja fazer?

- ☐ Comentários (0)
- ☐ Imprimir esta notícia
- ☐ Falar com a redação
- ☐ Enviar esta notícia para um amigo
- ☐ Corrigir
- ☐ Receber notícias desta editoria por RSS

### Conteúdo relacionado:

#### Notícias

**Geral** - Alunos da UFPS bloqueiam trânsito na ERS 135 em Erechim

**Geral** - Duas vítimas de acidente em Porto Alegre seguem em estado grave

**Geral** - Camioneiro morre em acidente na zona Sul do Estado

**Geral** - Jovem morre e quatro ficam feridos em acidente em Porto Alegre

**Geral** - Veículo entra em drive thru de lanchonete na contramão e causa acidente em Porto Alegre

[» Todas notícias](#)

### Opinião > Blogs

**Hiltor Mombach**

**Juremir Machado da Silva**

**Correio Feminino**

**Pitlane**

**Plano de Carreira**

### Últimas notícias

15:04 - Ópera sobre Mandela é suspensa por falta de verbas

14:38 - Bebidas frias devem ter alta de tributos só de...

14:28 - Presidente do TCU diz que Brasil passará vergo...

14:25 - Alunos da UFPS bloqueiam trânsito na ERS 135

Sua

13:55 - Feirão da Caixa rende R\$ 1,09 bilhão em Porto ...

### Notícias mais lidas

1 - RS terá dia frio e com muitas nuvens nesta seg...

2 - Médico é morto a facadas no Centro de Porto Alegre

3 - Jovem morre e quatro ficam feridos em acidente...

4 - Modelo gaúcha é libertada na China

5 - Polícia apreende quase duas toneladas de macon...

#### EDIÇÕES ANTERIORES

Arquivo de 01 de Junho de 1997 a 30 de Setembro de 2012. Para visualizar edições a partir de 1 de Outubro de 2012, acesse a Versão Digital do Correio do Povo. No menu, acesse "Digital" e clique em "Edições Anteriores".

[Fale Conosco](#)
[Trabalhe Conosco](#)

[Publicidade](#)

- Tabela de preços

[CPovo.net](#)

- Superar Técnico

- Webmail

[Central do Assinante](#)

- Assine o Correio do Povo

- Sua Conta

[Central Administrativa](#)

- Administrativo

[Grupo Record RS](#)

- Correio do Povo

- Tv Record RS

- Rádio Guaíba

[Anuncie no R7](#) |
 [Acessibilidade](#) |
 [Comunicar erro](#) |
 [Fale com o R7](#) |
 [Mapa do Site](#) |
 [Termos e Condições de Uso](#) |
 [Privacidade](#) |
 [Faça do R7 a sua página](#)

Todos os direitos reservados - 2009-2014 Rádio e Televisão



Bem Vindos! Seberi, Segunda-feira 26 de Maio de 2014 7:30 - 19:00 **FM 88.0** Santa Rita Grande **▶▶ Correspondente Ipiranga** 15:37 **☀ Max: 30°C** **🌧 Min: 18°C**



**Rádio Seberi AM 880**  
Integrante da Rede Gaúcha Sat!



**AO VIVO**

Acompanhe:




[INICIAL](#)
[SOBRE](#)
[PROGRAMAÇÃO](#)
[AGENDA](#)
[GALERIA DE FOTOS](#)
[NOTÍCIAS](#)
[FALE CONOSCO](#)

### Últimas Notícias

#### Colisão entre motos mata jovem em Tenente Portela

Sex, 10 de Janeiro de 2014

Um jovem morreu e outros dois ficaram gravemente feridos em colisão frontal de duas motocicletas, no final da noite desta quinta-feira, em Tenente Portela. A batida aconteceu no km 51 da RS 472. Segundo o Grupo Rodoviário da Brigada Militar (BM) de Santo Augusto, Jonathan Vortagel, de 20 anos, estava na carona de uma das motos e morreu no local do acidente em virtude de múltiplos ferimentos.

Os condutores das motocicletas foram socorridos e estão hospitalizados em instituições de saúde de Tenente Portela e de Três Passos. A Polícia Civil Investigará o acidente.

Fonte: Dpto de Jornalismo - Seberi AM/Correio do Povo

#### Compartilhe!


0


0

#### Comente!



☒ Publicar também no Facebook
 

Publicando como Bárbara Arellano (Trocar) [Comentar](#)

 Plugin social do Facebook

OUÇA  
AO VIVO



MENSAGEM  
DO DIA



HORÓSCOPO



ÁGUA  
NA BOCA



LOTÉRIAS



MAPAS



OBITUÁRIO



PREVISÃO  
DO TEMPO



[INICIAL](#)
[SOBRE](#)
[PROGRAMAÇÃO](#)
[AGENDA](#)
[GALERIA DE FOTOS](#)
[NOTÍCIAS](#)
[FALE CONOSCO](#)



**Rádio Seberi AM 880**  
Integrante da Rede Gaúcha Sat!




**Copyright**  
Todos direitos reservados. Rádio Seberi AM 880 © 2012

**Desenvolvimento**  
VirtualBit Serviços em Informática

**Anexo 8** – Emissora destaca ser integrante da Rede Gaúcha Sat

Bem Vindo! Seberj, Terça-feira 03 de Junho de 2014 00:00 - 05:30 **NOAR** Rede Gaúcha Sat  De Querência em Que...  22:47 |  Max: 30 °C  Min: 18 °C

 **Rádio Seberj AM 880**  
*Integrante da Rede Gaúcha Sat!*

 **AO VIVO** OUÇA

Acompanhe:

**Anexo 9 – CD áudios**

Áudio 1 – Intensificação da fiscalização na BR-386, no Rio Grande do Sul

Áudio 2 – Seminário de Lideranças Cooperativas

Áudio 3 – Interior do município recebe tratamento de água

Áudio 4 – Temporal em Frederico Westphalen

Áudio 5 – Vice-Prefeita Maristela Fátima Zadinello comandará Cristal do Sul durante trinta dias

Áudio 6 – Candidatas à corte da Expofred apresentam projeto social

Áudio 7 – Colisão entre motos mata jovens em Tenente Portela

Áudio 8 – Inscrições IBGE.

